

DESLIGUE
sua
TELEVISÃO
por L. Wolfe



1990 - 1993

Sobre o autor:

Lonnie James Wolfe

Um cristão devoto, ele era membro da Crossroads United Brethren Church em Charlotte. Nasceu em Lansing, Michigan em 18/12/1939 e faleceu em Charlotte, Michigan em 15/07/2022

Fontes:

New Federalist – no. 32 - Aug. 24, 1990

The American Almanac e

Executive Intelligence Revue

Tradução, Edição e Notas: **L Vallejo**

2003

As notas do tradutor estão marcadas com um “NT”

Atualização: primavera 2022

L Vallejo

<https://cloneclock.blogspot.com/>

INDICE

	Prefácio da Edição em Português	5
1	Introdução – Desligar a TV?	7
2	O Fascismo e o Nazismo	23
3	O Domínio da Massa	37
4	Sociedade Laranja Mecânica	51
5	A Programação da América pela Televisão	65
6	Morte de Deus pela Televisão	79
7	Apresentando o Noticiário	107
8	Como são Feitos os Noticiários	135
9	A Transformação do Esporte em Religião Secular	161
10	Aprendendo a Torcer e ser Fanático	175
11	O Vício de Assistir Esportes pela Televisão	197
12	A MTV é a Igreja de Satanás	223
13	Era uma vez... Disney	249
14	Realidade Virtual: O LSD Eletrônico para a Nova Era	275
15	O Sonho de Jung	299
16	Aristóteles em um Chip	317
17	Para Quem as Pesquisas Trabalham	335
18	O Cartel de Mídia que Controla o que Você Pensa	345
19	A Mídia na Guerra Psicológica em Massa	351

Prefácio da Edição em Português

Wolfe escreveu esta série, dividida em 16 partes, cuja primeira foi publicada pela primeira vez no *New Federalist* – nº 32 – em 24 de agosto de 1990.

Cada parte passou a ser publicada eventualmente cobrindo os anos de 1990 a 1993, quando saiu a última parte. Após isso foi publicada pela EIR – *Executive Intelligence Revue*¹, e após pelo *The American Almanac*.

Acontece que naquela época a Internet ainda não estava desenvolvida e o máximo que se tinha em comunicação era o e-mail. As partes de seu trabalho foram disseminadas pela rede por e-mails, e como acontece normalmente, foram acrescentados e cortados pedaços de texto ao original.

Aliado a isso houve intensa campanha da mídia contra o que eles chamaram de “teoria da conspiração” ou “lenda urbana” e o trabalho de Wolfe ficou considerado como uma curiosidade levada a sério apenas por algumas pessoas, que a mídia taxava de “exóticos”.

Em inglês existem diversos locais onde se podem achar as 13 primeiras partes. Em português, pode-se achar uma tradução dessas mesmas partes, feita por pessoas de boa vontade, mas que não sabem inglês. Daí que se tem um texto ininteligível e lastimável.

¹ EIR – *Executive Intelligence Revue* - <https://larouchepub.com/eiw/public/1974/index.html> (NT)

O que apresentamos aqui, além de tradução decente, engloba todas as 16 partes – conseguidas a custa de um trabalho de vários anos – e três textos escritos por Wolfe em 1997.

Diante da confraria de tolos e idiotas em que o povo do planeta se transformou, quem tem acesso a este trabalho, após 2010 ou depois de 2020, fica espantado como tudo que Wolfe escreveu, como se fossem “profecias”, se tornou uma verdade muito mais assustadora do que aquilo que foi escrito.

“*Desligue sua TV*” certamente é o guia mais preciso para esclarecer como pudemos chegar a tal ponto de lavagem cerebral e de burrice que ora campeiam em todas as atividades humanas na Terra.

O Editor
Primavera 2022

OBS: Ter sempre em mente a data em que foi escrito. Quando ele fala em 10 anos atrás, está se referindo a 1980. Quando diz que a televisão se expandiu há 40 anos, está se referindo a 1950. E assim por diante.

Introdução – Desligar a TV?

Ei amigo, estou falando com você. Sim, você, o cara sentado na frente da televisão. Abaixei um pouco o som, para que você possa ouvir o que estou dizendo. Agora, tente se concentrar no que vou dizer. Eu quero falar com você sobre o seu passatempo favorito. Não, não é beisebol ou futebol, embora tenha algo a ver com o seu interesse em assistir esportes. Estou falando sobre o que você estava fazendo: assistindo televisão.

Você tem ideia de quanto tempo passa na frente da televisão?

De acordo com os estudos mais recentes, o americano médio gasta agora entre cinco e seis horas por dia assistindo televisão. Vamos colocar isso em perspectiva - isso é mais tempo do que você gasta fazendo qualquer outra coisa além de dormir ou trabalhar, se você tiver sorte o suficiente de ainda ter um emprego. Isso é mais tempo do que você gasta comendo, mais tempo do que você passa sozinho com sua esposa, mais tempo do que com as crianças.

É ainda pior com seus filhos. De acordo com esses mesmos estudos, crianças pequenas abaixo da idade escolar assistem mais de oito horas por dia. Crianças em idade escolar assistem a um pouco menos de oito horas por dia. Em 1980, o jovem médio de 20 anos assistia ao equivalente a 14 meses de televisão em sua breve vida. Isso significa 14 meses, 24 horas por dia. Números mais recentes mostram que as cifras subiram - o jovem de 20

anos passou quase dois anos completos de sua vida em frente ao aparelho de televisão.

Ao mesmo tempo, os pesquisadores notaram um fenômeno perturbador. Parece que nós, americanos, estamos ficando cada vez mais burros. Eles observam um declínio na leitura e níveis de compreensão em todas as faixas etárias testadas. Os americanos leem menos e entendem o que lêem menos do que há 10 anos, menos do que a qualquer momento desde que a pesquisa começou a estudar esse assunto. Quanto às habilidades de escrita, os americanos são, em geral, incapazes de escrever mais do que algumas frases simples. Estamos entre as pessoas menos alfabetizadas neste planeta, e estamos piorando.

É a mudança -- a constante linha de tendência descendente -- que interessa a estes pesquisadores. Mais de um estudo correlacionou essa crescente burrice de nossa população à quantidade de tempo de televisão que assistem. Curiosamente, os estudos encontrados que não importa o que as pessoas assistam, seja "Os Simpsons" ou "McNeil/Lehrer" ou "Murphy Brown" ou "Nightline" -- quanto mais televisão você assiste, quanto menos alfabetizado, mais burro você fica.

O crescimento do número de espectadores de televisão surpreendeu alguns dos pesquisadores. Uma década atrás, eles estavam prevendo que a audiência de televisão se estabilizaria e poderia até declinar. Tinha chegado a um ponto de saturação absoluta. Eles estavam certos no que são conhecidas como redes de televisão; os números mostravam uma queda constante de espectadores. Mas essa queda é mais do que compensada pelo crescimento da televisão a cabo², com sua miscelânea de canais, um para quase cada tipo de perversão. Especialmente em áreas

² Na época em que esse texto foi escrito não havia TV por satélite (NT)

urbanas e suburbanas, os americanos estão conectados a mais de 100 canais diferentes que fornecem somente notícias como a CNN, só filmes, só comédias, só esportes, só previsões do tempo, só notícias financeiras e uma liberal dose de pornografia pura.

Os pesquisadores também não conseguiram prever a penetração no mercado da primeira versão de videocassete beta e em seguida, dos gravadores de vídeo VHS; eles possibilitaram assistir uma coisa e gravar outra para visualização posterior. Eles também ofereciam acesso a filmes não disponíveis nas redes ou mesmo nos canais a cabo, além de vídeos caseiros, gravados em sua própria filmadora. A proliferação de equipamentos de vídeo doméstico envolveu famílias em atividades relacionadas a vídeo que não são consideradas nos totais acumulados de tempo que os americanos passam assistindo televisão.

Você pode não perceber o quanto está assistindo televisão. Mas pense por um momento. Quando você chega a casa, você liga a televisão, se ela já não estiver ligada. Você lê o jornal com ela, dando uma espiadela no que está na tela, prestando um pouco de atenção nas notícias, ou no enredo de um show. Você come com ela ligada, talvez em segundo plano, ouvindo um resultado de jogo ou algo que acontece com um personagem de um show que você acompanha. Quando está acontecendo algo em que você está interessado, um show ou jogo de basquete, a TV se torna o centro das atenções. Portanto, sua atenção ao que está acontecendo pode variar em intensidade, mas quase não tem importância quando você está dentro de casa e tem a TV completamente desligada. Não é mesmo?

Os estudos não detalharam os períodos de tempo em que as pessoas assistiam à televisão, de acordo com a intensidade de sua visualização. Mas a realidade é esta: você liga a televisão compulsivamente e passa boa parte de suas horas de vigília

colado ao tubo³. E os estudos também mostraram que muitas pessoas não conseguem dormir sem que a televisão esteja ligada!

Lavagem cerebral

Agora, eu tenho certeza que você já ouviu falar que assistir muita televisão é ruim para o sua saúde. Eles colocam esses fatos nas publicações vespertinas. Faz mal para seus olhos fitarem a tela, eles dizem. Especialmente se você se sentar muito perto⁴. Bem, eu quero tocar em outro ponto. Já mostramos que você é viciado em TV, assistindo entre seis e oito horas por dia. Mas esse é um vício que também faz lavagem cerebral em você.

Existem dois tipos de lavagem cerebral. O que é chamado de lavagem cerebral violenta que é o tipo com o qual você está mais familiarizado. Você ainda se lembra bem daqueles velhos filmes de guerra coreanos⁵. Eles pegam um cara, um patriota americano, o arrastam em uma sala, o torturam, o enchem de drogas e, depois de umas sessões, conseguem fazê-lo renunciar ao seu país e às suas crenças. Ele geralmente sofre uma mudança de personalidade, representada por um sorriso sempre presente e um olhar vazio.

³ Em 1992 os aparelhos de TV eram baseados em tubos de raios catódicos (CRT), chamados popularmente de tubos de imagem, ou simplesmente tubos. (NT)

⁴ Nos primórdios da TV havia uma grande celeuma se a radiação emitida pelo tubo era prejudicial à saúde e aos olhos. Milhares de publicações foram editadas em todo mundo sobre tais assuntos, assinadas por médicos, técnicos e psicólogos. Resumo: não fez nenhum mal a ninguém e os tubos foram substituídos pelas modernas TVs a led. (NT)

⁵ Refere-se a guerra da Coreia em 1950, de onde surgiu a Coreia do Norte comunista(NT)

Essa lavagem cerebral é chamada de violenta porque seus métodos são evidentes. O ambiente controlado é óbvio para a vítima; então é o terror. A vítima é dominada por uma força externa aparentemente onipotente e um sentimento de isolamento intenso é induzido.

A força moral da vítima é minada e, lentamente, ela abraça seus torturadores. É a força moral do homem que mantém e coordena seu poder de razão; sem ela, a mente torna-se pouco mais do que uma máquina de gravação à espera de impressões.

Ninguém está dizendo que você foi vítima de lavagem cerebral violenta. Mas você tem sofrido lavagem cerebral, tão eficazmente quanto aquelas pessoas nos filmes. O olhar vazio? Você já percebeu a sua aparência enquanto assiste televisão? Com um ângulo certo, você pode pegar seu próprio reflexo na tela. Mandíbula ligeiramente aberta, lábios relaxados em um sorriso. O olhar vazio de um zumbi da televisão.

Essa é uma lavagem cerebral suave, ainda mais eficaz porque suas vítimas cuidam de suas vidas sem saber o que está sendo feito com elas.

A televisão, com seu alcance em quase todos os lares americanos, cria a base para a lavagem cerebral em massa de cidadãos, como você. Funciona com base num princípio de tensão e relaxamento.

Crie tensão, em um ambiente controlado, aumentando o nível de estresse. Em seguida, forneça uma série de opções que liberam a tensão. Assim que a vítima acreditar que as opções apresentadas são as únicas escolhas disponíveis, mesmo que sejam inaceitáveis à primeira vista, ela irá, portanto, em última análise, buscar a liberação optando por uma dessas escolhas inaceitáveis.

Nessas circunstâncias, em um ambiente controlado de lavagem cerebral, tal escolha não é uma experiência "racional". Ela não envolve o uso dos poderes mentais criativos do Homem; em vez disso, o homem é condicionado, como um animal, a responder à tensão, buscando o relaxamento.

A chave para o sucesso deste processo de lavagem cerebral é a regulação tanto da tensão como das opções percebidas. Desde que ambos sejam controlados, então a faixa de resultados também são controlados. A vítima é induzida a trilhar um dos vários caminhos aceitáveis para seus controladores.

Os lavadores de cérebro chamam o ambiente cheio de tensão de turbulência social. As últimas décadas foram cheias da tal turbulência social - colapso econômico, guerras regionais, desastres populacionais e catástrofes ecológicas e biológicas. A turbulência social cria crises nas percepções, fazendo com que as pessoas percam o rumo. À deriva e confusas, as pessoas buscam se liberar da tensão seguindo caminhos que parecem levar a uma vida mais simples e menos tensa. Em tal processo não há tempo para consideração racional de problemas complicados.

A televisão é o veículo chave para apresentar tanto a tensão quanto as opções. Ela traz a você as imagens da tensão, e oferece respostas simples. A televisão, em seu mundo de semi-verdade, de ilusão, de fuga da realidade, é em si o mais importante meio de liberação da tensão de nossa existência atribulada. Oito horas por dia, todos os dias, através de seu conteúdo, você está sendo programado.

Se você duvida de mim, pense em uma escolha importante que você fez recentemente que não foi de alguma forma influenciada por algo que você viu na televisão. Aposto que você não pode pensar em uma. É assim que você é controlado.

Quem está fazendo isso

Mas não acredite na minha palavra. Dez anos atrás, falamos com uma pessoa de um think tank⁶ chamado *Future Groups* em Connecticut. Hal Becker passou mais de 20 anos de sua vida manipulando as mentes dos líderes de nossa sociedade. Ouça o que ele disse:

"Conheço o segredo de fazer o americano médio acreditar em qualquer coisa que eu queira. Apenas deixe-me controlar a televisão. Os americanos estão ligados em seus aparelhos de televisão. eles passaram os últimos 30 anos olhando para seus aparelhos de televisão e considerando as imagens na tela como realidade. Você coloca algo na televisão e isso se torna realidade. Se o mundo fora do aparelho de televisão contradiz as imagens, as pessoas começam a mudar o mundo para torná-lo mais parecido com as imagens e sons de sua televisão. Sua influência é tão grande, tão penetrante, que se tornou parte de nossas vidas. Você não percebe o que está sendo feito com você, mas sua mente está sendo controlada e moldada."

"*Sua mente está sendo controlada e moldada.*" Se isso não soa como lavagem cerebral, eu não sei o que seja isso.

⁶ Um think tank é uma organização preocupada em criar e disseminar conhecimento sobre os mais variados temas, como política, economia, saúde, segurança, ciência, entre outros. Normalmente, é associado a uma ponte entre os centros de ensino e as comunidades responsáveis por colocar em prática os estudos desenvolvidos. Também conhecidos como "fábrica de ideias" (NT)

Becker fala com o entusiasmo de uma rede de lavadores de cérebros que programaram suas vidas, especialmente desde o advento da televisão como "meio de massa" no final dos anos 1940 e início dos anos 1950. Esta rede conta com várias dezenas de milhares de membros em todo o mundo. De vez em quando, alguém aparece no noticiário noturno para dizer o que você está pensando, mostrando as últimas "pesquisas de opinião". Mas na maior parte, eles trabalham nos bastidores, falando sozinhos e escrevendo artigos para sua própria distribuição interna.

E embora trabalhem para muitos grupos diversos, esses lavadores de cérebros estão unidos por uma visão de mundo e método comuns. É a visão de mundo de uma pequena elite, cujo poder financeiro e político emanam de instituições que repassam esse poder de geração em geração. Eles consideram as pessoas comuns, como você, como sendo um pouco melhor do que bestas de carga a serem controladas e manipuladas por uma oligarquia internacional semi-feudal, cuja riqueza, poder e linhagens os autorizam a governar.

Uma das instituições da oligarquia para manipulação de populações está localizada em um subúrbio de Londres chamado Tavistock. O Instituto Tavistock de Relações Humanas, que também tem uma filial em Sussex, na Inglaterra, é a "mãe" de grande parte dessa extensa rede, da qual Becker é membro. Eles são os especialistas em lavagem cerebral tanto as violentas quanto as suaves.

O Instituto Tavistock é o braço doméstico de guerra psicológica da Realeza Britânica. Os oligarcas por trás de Tavistock, e outros grupos semelhantes nos Estados Unidos e em outros lugares, estão trabalhando para que você seja um viciado em televisão, sugando um dose diária de lavagem cerebral do "tubo". É assim que eles controlam você.

Como seus colegas lavadores de cérebros, Becker se orgulha de conhecer as mentes de suas vítimas. Ele as chama de "vazios". O homem, disse ele a um entrevistador, deveria ser chamado de "homo vazio."

A lavagem cerebral "suave" feita pela televisão funciona através do poder da sugestão. Assistir Televisão cria um estado drogado de esquecimento da realidade externa. A mente, com suas percepções entorpecidas por esse hábito, está pronta para aceitar qualquer nova ilusão de realidade conforme apresentado no tubo. A mente, em seu estupor drogado causado por assistir televisão, está disposta a aceitar que as imagens que a televisão sugere como realidade são, de fato, realidade. Ela então lutará para encaixar uma realidade contraditória condizendo com a imagem da televisão, assim como Becker afirma.

Outro lavador cerebral de Tavistock, Fred Emery, que estudou televisão por 25 anos, confirma isso. O próprio sinal de televisão, ele descobriu, coloca o espectador neste estado de esquecimento drogado. Emery escreve:

"A televisão como mídia consiste em um constante sinal visual de 50 meio-quadros por segundo. Nossas hipóteses sobre essa natureza essencial do próprio meio são:

- 1) O estímulo visual constante hipnotiza o espectador e provoca a habituação a resposta. As áreas pré-frontal e de associação do córtex são efetivamente dominadas pelo sinal, a tela.
- 2) O hemisfério cortical esquerdo - o centro de processos do cálculo visual e analítico - tem seu funcionamento

efetivamente reduzido para rastrear mudança de imagens na tela.

3) Portanto, desde que o espectador continue olhando, é improvável que ele reflita sobre o que está fazendo e o que está vendo. Ou seja, ele estará acordado, mas inconsciente do sentido do seu conhecimento...

Em outras palavras, a televisão pode ser vista em parte como o análogo tecnológico do hipnotizador."

A chave para fazer a lavagem cerebral funcionar é a repetição de sugestões ao longo do tempo. Com as pessoas assistindo o tubo por 6 a 8 horas por dia, há muito tempo para essa sugestão repetida.

Alguns exemplos

Vejamos um exemplo para tornar as coisas um pouco mais claras. Pense em cerca de 20 anos atrás. Pense sobre o que você achou sobre certas questões do dia naquela época. Pense sobre essas mesmas questões hoje. Observe como pareceu que você mudou sua mente sobre elas, para se tornar mais tolerante com coisas às quais você se opôs veementemente antes. Foi seu hábito de assistir televisão que mudou sua mente, ou para usar os termos de Becker, "moldou suas percepções".

Vinte anos atrás, a maioria das pessoas pensava que a loucura que agora é chamada de ambientalismo, a ideia de que animais e plantas devem ser protegidos em igualdade com a vida humana, era insana. Ela estava contra o conceito básico da civilização cristã de que o homem é uma espécie superior e distinta dos animais, e

que é o homem, em virtude de ter sido feito à imagem do Deus vivo, cuja vida é sagrada. Isso foi há 20 anos. Mas agora, muitas pessoas, talvez até mesmo você, parecem que pensam o contrário. Existem até leis que dizem isso.

Essa visão contrária e anti-humana do homem não sendo mais do que igual aos animais e plantas foi inserida em nossa consciência pela sugestão da televisão. A loucura ambiental foi roteirizada em programas de televisão em rede, em filmes na televisão e nos noticiários. Começou devagar, mas ganhou força. Porta-vozes ambientais eram cada vez mais vistos no brilho favorável da televisão. Aqueles que se opuseram a essa visão foram considerados transgressores. Isso foi feito ao longo do tempo, com repetição. Se você não foi completamente conquistado, você se tornou tolerante com as opiniões de lunáticos ambientais cujas declarações eram moral e cientificamente infundadas.

Tomemos um exemplo mais recente – a guerra contra o Iraque. Essa foi uma guerra feita para televisão. Na verdade, foi uma guerra organizada pela televisão. Pense um ano atrás. Como os americanos estavam preparados para o eventual massacre de mulheres iraquianas e crianças? Imagens na tela: Saddam Hussein, de um lado, Hitler do outro. As imagens repetidas nos noticiários, respaldadas por cenas de supostas atrocidades no Kuwait. Em seguida, a própria guerra - o vídeo-game como imagens de armas "inteligentes" matando alvos iraquianos.

Finalmente, o comandante-em-chefe militar americano, general Norman Schwarzkopf, conduzindo uma coletiva final de imprensa que foi conscientemente orquestrada para se assemelhar ao treinador vencedor do Superbowl⁷ descrevendo sua vitória.

⁷ Super Bowl é o jogo final do campeonato da NFL, a principal liga de futebol americano dos Estados Unidos, que decide o campeão da temporada. (NT)

Essas foram as imagens que sobrecarregaram nossa população. Só agora, meses depois, descobrimos que as imagens nada tinham a ver com a realidade. As "atrocidades" iraquianas no Kuwait e outros lugares foram exageradas. Nossas armas "inteligentes", como o famoso sistema antimísseis Patriot não funcionou. Ah, e os números de vítimas – é, parece que matamos muito mais mulheres e crianças do que soldados. Dificilmente uma "vitória gloriosa". Mas embora pudesse ter feito a diferença se as pessoas soubessem disso enquanto a guerra estava sendo planejada ou em andamento, pesquisas mostram que os americanos não mais consideram "interessante" a guerra ou qualquer história sobre esse assunto.

Olhando para a questão de forma mais ampla, onde seus filhos obtiveram a maior parte de seus valores, senão pelo que viram na televisão? Os pais podem contrariar a influência da caixa infernal, mas não conseguem superá-la. Como poderiam, se eles mesmos sofreram lavagem cerebral pela mesma caixa e se seus filhos gastam mais tempo com ela do que eles? Estudos mostram que a maior parte da programação televisiva é voltada para um nível de compreensão inferior ao 5º ano. Pais, como você, estão sendo reprogramados pelas imagens infantis da tela da televisão. Toda a sociedade se torna mais infantil, mais facilmente controlável.

Como Emery explica:

"Julgamos que a televisão, como um estímulo visual simples constante, repetitivo e ambíguo, gradualmente afeta o sistema nervoso central do homem."

Becker tem uma visão semelhante do efeito da televisão na capacidade do americano de pensar:

"Os americanos realmente não pensam - eles têm opiniões e sentimentos. A televisão cria a opinião e depois a valida."

Em nenhum lugar isso é mais claro do que na política. A televisão diz aos americanos o que pensar sobre os políticos, restringindo as escolhas àquelas aceitáveis para os oligarcas cujo poder financeiro controla as redes e os principais canais a cabo. Ela mostra às pessoas o que acha necessário e o que é "importante". Todo o resto é filtrado. Diz a você quem pode ganhar e quem não pode. E poucas pessoas têm o trabalho de pesquisar por trás das imagens na tela, buscando conteúdo e verdade nas ideias e tentando encontrar uma liderança de alta qualidade.

Uma questão tão importante como escolher um presidente torna-se o mesmo que escolher uma caixa de sabão em pó -- um conjunto de possibilidades, cujos limites são determinados, pelas imagens na tela. Parece que se tem liberdade de escolha, mas você não tem nem liberdade nem opção real. É assim que funciona a lavagem cerebral.

"Sofrer lavagem cerebral pelo tubo?", disse Becker ao entrevistador. "Realmente é mais do que isso. Acho que as pessoas perderam a capacidade de relacionar as imagens de suas próprias vidas sem a intervenção da televisão para lhes dizer o que elas significam. Isso é o que realmente se percebe quando dizemos que temos uma sociedade conectada."

Desligue isso!

Isso foi há dez anos. Ficou muito pior desde então. Neste artigo, vamos mostrar a visão de um inferno na Terra proposta pelos lavadores de cérebro e como a televisão está sendo usada para nos levar até lá; discutiremos a programação televisiva, revelando

como ela tem ajudado a produzir o que se chama de mudança de "paradigma" de valores, criando uma sociedade imoral; explicaremos como os noticiários são apresentados e como sua apresentação tem sido usada para destruir a língua inglesa; discutiremos os meios de entretenimento de massa, mostrando quem o controla e como; também analisaremos o vício da América em assistir esportes mostrando como isso também ajudou a tornar as pessoas passivas e burras; e, finalmente, vamos mostrar para onde estamos indo, se não pudermos abandonar nosso vício no tubo.

O candidato presidencial democrata Lyndon LaRouche⁸ disse que os Estados Unidos precisam dar um ano de "geladeira" na televisão se quisermos sobreviver como nação.

⁸ Lyndon Hermyle LaRouche Jr. foi um ativista político americano que fundou o movimento LaRouche e sua principal organização, o National Caucus of Labor Committees (NCLC). Nascido em Rochester, New Hampshire, LaRouche na juventude tornou-se simpático aos movimentos e ideais socialistas e marxistas. Depois abandonou essas ideologias e tornou-se engajado em grupos dissidentes cada vez menores e mais radicais. Durante a década de 1970, ele criou a fundação do Movimento LaRouche. Apesar do movimento ter se originado do ativismo estudantil de esquerda na década de 1960, as ideias do movimento LaRouche são frequentemente consideradas como de extrema-direita. O Movimento LaRouche (LaRouche movement, em inglês), também chamado de Larouchismo, é um movimento político-cultural internacional que promove as ideias e ideologia de Lyndon LaRouche. Inclui muitas organizações e empresas em todo o mundo, que fazem campanha, reúnem informações e publicam livros e periódicos. A revista EIR (Executive Intelligence Revue) foi fundada por ele em 1974. Em 1986, seu movimento atingiu o auge do sucesso eleitoral quando os candidatos de Larouche ganharam várias primárias democratas para cargos estaduais em Illinois. Mais tarde na década de 1980, investigações criminais levaram à condenação de vários membros do movimento LaRouche, incluindo o próprio LaRouche. Por sonegação de impostos ele foi condenado a quinze anos de prisão, mas cumpriu apenas cinco anos. LaRouche foi um candidato perene para

Então, depois do que eu acabei de lhe dizer, o que você diz, meu amigo? Você quer permanecer burro e deixar o seu país ir para o inferno placidamente? Por que você não vai até a TV e a desliga? Isso mesmo, completamente desligada. Vá em frente, você pode fazê-lo. Agora não é melhor? Você já não se sente um pouco melhor? Você acabou de dar o primeiro passo na sua própria desprogramação. Não foi tão difícil, foi? Tente mantê-la desligada, o que vai ser um pouco mais difícil.

presidente dos Estados Unidos. Concorreu em todas as eleições de 1976 a 2004. Larouche sempre atacou o império britânico, a oligarquia da Nova Ordem Mundial e os cartéis de drogas. Por isso foi muito odiado e perseguido, sendo taxado pela mídia globalista como divulgador de “teorias de conspiração” como por exemplo, certas versões sobre o ataque ao World Trade Center em 11 de setembro de 2001, além de negar o aquecimento global e as mudanças climáticas. O movimento também defende o abandono das taxas de câmbio flutuantes e o retorno às taxas fixas no estilo de Bretton Woods, a abolição do Fundo Monetário Internacional e da energia nuclear. Igualmente culpa os britânicos pelo tráfico de drogas mundial e pela instalação da Nova ordem Mundial. No Brasil, algumas das ideias de Lyndon LaRouche foram promovidas por Enéas Carneiro e pelo Partido de Reedificação da Ordem Nacional (Prona). Larouche morreu em 2019 com 96 anos. (NT). <https://larouchepub.com/>

A Criação de uma Sociedade Fascista

Então... como você está? Espero que ainda esteja com sua televisão desligada. Se você não o fez, é melhor você se levantar e desligá-lo agora, antes de prosseguirmos. Você vai precisar ser capaz de se concentrar no que estou lhe dizendo.

A maioria dos americanos acha que tem uma boa ideia do que é o fascismo. Eles viram as fotos da Alemanha nazista na década de 1930, nos filmes e na televisão. As tropas marchando com botas de cano alto. Os grandes comícios, com todas as bandeiras. Os discursos de Hitler, para o aplauso de aprovação de enormes multidões de pessoas, que levantavam seus braços em saudação de seu Führer⁹. Também as fotos de nazistas bandidos quebrando janelas, as tropas da Gestapo e da SS espancando alguém, talvez um judeu. A seguir há as outras imagens - as cenas depois que os campos de extermínio foram abertos pelas tropas aliadas, as pilhas de corpos, os ossos, os cabelos, os enormes montes de óculos -- e os fornos.

Uma geração de americanos foi à guerra para derrotar esse horror. Muitos deram suas vidas para que tal desumanidade nunca mais volte a acontecer na Terra. Nós, americanos, nunca toleraríamos o que aconteceu na Alemanha nazista, você diz; nunca deixaríamos Hitler chegar tão longe, e nós nunca

⁹ Führer – palavra alemã que significa **líder**. Por ser usada por Hitler hoje tem conotação de **tirano**. (NT)

desviaríamos o olhar com indiferença enquanto milhões de nossos semelhantes eram abatidos. Não senhor, nós não.

Nós não? Pense em um pouco mais de um ano atrás. Pense naqueles grandes desfiles de tropas e equipamentos comemorando a vitória "gloriosa" de nossas tropas na Operação Tempestade no Deserto. Havia milhões de pessoas, em todo o país, aplaudindo e levantando seus braços e vozes em saudação. E havia centenas de milhões de pessoas assistindo à celebração em aparelhos de televisão em todo o país. Na verdade, se você pensar no passado, essas comemorações, especialmente as grandes em Nova York e Washington, foram organizadas pela televisão, com noticiários locais e nacionais fornecendo publicidade "antecipada" para as "maiores celebrações patrióticas da história", como elas foram chamados.

E foi o aparelho de televisão que lhe disse o que você estava comemorando, ou por que o Gen. Norman Schwarzkopf foi um herói tão grande quanto George Washington ou Ulysses S. Grant. Isso foi precedido por uma cobertura "patriótica" semelhante sobre a própria guerra, antes, durante e após as hostilidades. Você nunca questionou nada disso, e você escolheu participar da celebração, direta ou indiretamente.

Só agora você descobre que estava comemorando o abate por atacado de mais de 100.000 civis inocentes - mulheres e crianças, em grande parte, e a mutilação de dezenas de milhares de inocentes. O período aproximado de um mês de hostilidades foi uma das matanças de inocentes mais selvagens e intensas da história das guerras. E por quem lutamos? Nossa "vitória" colocou um governante despótico, uma família governante brutal e fabulosamente rica, de volta ao seu trono feudal. Isto é o que você comemorou.

Não havia bandidos nazistas para aterrorizar você e fazer tudo isso. Você se tornou parte de uma multidão, uma multidão fascista organizada pela televisão. Você e seus concidadãos, sofrendo lavagem cerebral pela televisão, já vivem e toleram uma sociedade fascista.

Vamos expor nosso ponto de vista de outra maneira - O advento e a disseminação da tecnologia da televisão em massa tornou obsoleto o modelo nazista de uma sociedade fascista. Ela forneceu um meio de controle social melhor, mais sutil e mais poderoso do que o terror do estado nazista.

Para entender por que isso é assim, devemos dar uma olhada naquele estado nazista, e a sociedade fascista que ele organizou.

O consentimento do homem ao fascismo

O estado nazista foi criado pelos mesmos interesses financeiros e políticos oligárquicos que hoje controlam o que chamamos de mídia de massa e televisão. Esqueça quaisquer histórias que você viu na televisão sobre como Hitler chegou ao poder - seu caminho para o poder foi liberado pelos mesmos oligarcas que empregam os lavadores cerebrais que programam você através da televisão.

Durante um período de anos, após a Primeira Guerra Mundial, a Alemanha foi brutalizada pela política econômica dessa elite internacional. Os nazistas de Hitler foram financiados e promovidos como uma opção política, e então levados ao poder em 1932-33.

Uma vez no poder, os nazistas mantiveram seu domínio através do uso do terror como parte da lavagem cerebral em massa. Em vários aspectos, é apropriado ver o período nazista como uma

experiência em métodos de lavagem cerebral em massa e controle social. Na raiz deste experimento estava o desejo de criar uma Nova Ordem Mundial baseada na reversão de uma premissa fundamental da civilização judaico-cristã - que o homem foi criado como uma espécie superior entre os animais, criado à imagem do Deus vivo e por sua divina graça, que lhe transmitiu a centelha divina da razão.

Isto é o que torna o homem um ser humano – sua poder da razão divinamente dado. Esta visão do Homem, a visão do Renascimento, assegura que todos os homens são criados iguais aos olhos do Criador. A Sociedade, organizada de acordo com tais princípios, deve capacitar o Homem a buscar a Verdade como seu objetivo mais elevado, e assim aperfeiçoar sua existência e a das gerações futuras, de acordo com a Lei natural¹⁰.

Tal visão de mundo não pode permitir a existência de uma oligarquia que se vê, por direito de nascença e poder mundano, como mais igual do que os outros homens. Tais oligarcas, e criaturas como seu círculo de lavadores de cérebro, têm uma visão diferente do mundo: o homem é um animal, um animal degradado, cujos piores impulsos devem ser reprimidos pelo Estado. Leis são criadas para controlar tais animais humanos e permitir a continuidade da existência da ordem social. Os homens, por sua vez, fazem um contrato social para permitir que sejam governados por tais leis, que são mutáveis, pois não são regidas nem pela Lei Natural nem pela verdade. Essa é a visão dos chamados Iluministas e, em sua forma extrema, do estado fascista.

¹⁰ Um corpo de princípios morais e éticos que são considerados inerentes à própria natureza ou dedutíveis apenas pela razão (NT)

A questão do conceito de Homem - como um ser humano criativo e racional feito à imagem do Deus vivo, ou como uma besta degradada, um animal - define todas as outras questões culturais. É a base moral - ou imoral - de todas as sociedades. Para que a lavagem cerebral em massa funcione, deve atacar a visão renascentista do homem, pois uma pessoa com tal autoconceito não pode sofrer lavagem cerebral.

Grande número de pessoas deve ser induzido a abandonar as crenças que são heranças culturais da civilização judaico-cristã. Para isso, instituições religiosas, como as Igrejas Cristãs, que defendem a santidade da vida humana, devem ser minadas e finalmente destruídas. Isso explica o fascínio peculiar de todos os lavadores de cérebro pela heresia gnóstica, Satanismo, ou o que eles chamam de "as variedades da experiência religiosa".

Os conceitos como a santidade e a dignidade da vida humana e a perfectibilidade do Homem, e o princípio do progresso do conhecimento humano, as ideias do Renascimento, foram transmitidos de geração em geração. Eles estão profundamente inseridos na personalidade humana e são os axiomas invariáveis de nossa cultura. Para removê-los se requer o equivalente à terapia de choque psicológico. Quando são retirados, nós removemos o que torna o homem um ser humano, o que o separa da besta - Criamos o Homem bestial.

Lavagem cerebral em massa freudiana

O experimento nazista visava fazer exatamente isso. Como funcionou? Bem, agora vamos dizer algo que possa chocar algumas pessoas - a Alemanha nazista foi um experimento em "Psicologia de massa freudiana".

Isso não quer dizer que Sigmund Freud, o inventor da psicanálise, fosse ele próprio um Nazista; ele não era um adepto. Mas ele compartilhava a crença dos nazistas e seus patrocinadores de que o Homem era, antes de tudo, um animal. Várias vezes Freud argumenta que são as características animais primitivas do Homem que estão no centro de sua vida emocional. Sua vida é um conflito entre um animal buscando prazer e gratificação, e uma realidade que diz que isso nem sempre pode ser assim; o pensamento que emerge à medida que o indivíduo tenta se equilibrar entre o prazer e os princípios da realidade.

Freud viu seu trabalho como uma continuação do de Charles Darwin, que havia "retirado o homem de seu trono no centro do universo", e o colocado diretamente no Reino animal. Darwin não viu nada único no homem, nada que lhe desse o direito ao domínio sobre a Terra, além do poder absoluto de dominar outras espécies. Tudo que tornou o homem o que ele realmente era, não foi obra de um Deus, mas de obras profanas conflitantes e forças cegas, afirmou Darwin. Freud concordou enfaticamente com o trabalho do "grande Darwin."

Essa crença de que o homem nada mais é do que uma besta degradada está no cerne do sistema freudiano. É fundamental para a ordenação dos estados mentais que Freud definiu: que deve negar a perfectibilidade do Homem, que não pode haver verdades absolutas; que o homem nunca pode superar suas falhas. A psicanálise "ilumina" mais do que cura, torna o indivíduo consciente de seus defeitos e neuroses, para aprender a conviver com eles, e, portanto, lidar com seus efeitos sintomáticos debilitantes.

Para Freud, o homem está em constante estado de guerra consigo mesmo, com um "it" infantil (o id), em guerra com "um pouco de mim" ou "eu" (o ego); este "eu" é apenas ligeiramente menos

animalístico do que o animal total, o "it". A sociedade exerce controle sobre essa besta degradada, esse animal, através do "over I", erroneamente referido em inglês como "superego". O "over I", que Freud identifica como consciência moral, propõe apenas que o "it" e o "ego" controlem-se na forma de um contrato social com o resto da sociedade.

Freud afirma que o "superego" muitas vezes atrapalha as necessidades legítimas do "ego" e do "it". Torna-se, portanto, a fonte da neurose, através da repressão das, especialmente, necessidades sexuais do "id" e do "ego". Para o indivíduo, o que Freud chama de consciência moral da sociedade, é uma fonte de dor, não de prazer.

As fontes da criatividade humana, o que distingue o homem do animal, para Freud, vêm dos impulsos sexuais sublimados do "it" e do "ego" - as pessoas mais criativas são homossexuais praticantes ou latentes. Freud tentou "provar" essa teoria absurda em seu famoso ensaio sobre Leonardo da Vinci, generalizando mais tarde para afirmar que todas as pessoas que seguem o que percebem ser a consciência moral são impelidas em direção à neurose. Não há paraíso além de um paraíso terrestre, diz Freud, e todos que acreditam de outra forma sofrem de uma fantasia delirante.

O ódio de Freud por todas as religiões, em particular pela Igreja Católica Romana, é primordial para seu sistema. A religião é a grande ilusão que sua psicologia deve se esforçar para remover do Homem, uma vez que a religião diz ao Homem que Ele é mais do que uma besta, e que Ele vive por um propósito mais elevado do que a busca de prazer socialmente regulamentado.

O homem não é feito à imagem do Deus vivo, diz Freud; o homem fez Deus à sua imagem, com o propósito de aliviar a dor de sua

existência. Zombando de grandes pensadores do passado, ele diz que sua defesa da doutrina religiosa é uma tolice infantil:

"Deveríamos dizer a nós mesmos que seria muito bom se houvesse um Deus que criasse o mundo e que isso foi uma providência benevolente, e que houvesse uma ordem moral para o universo e vida após a morte; mas é um fato impressionante que isso é exatamente o que somos obrigados a desejar que assim seja. E seria ainda mais notável se nossos miseráveis, ignorantes e oprimidos ancestrais conseguissem resolver esses enigmas difíceis do universo....

"...No entanto, você defende a ilusão religiosa com todas as suas forças. Se ela se tornar desacreditada - e de fato essa é uma grande ameaça a ela - então seu mundo desmorona. Nada lhe resta senão o desespero de tudo, da civilização, do futuro da Humanidade. Dessa escravidão, eu estou, estamos livres. Uma vez que estamos dispostos a renunciar a uma boa parte de nossos desejos infantis, podemos suportá-los se algumas de nossas expectativas se revelarem ilusões". (The Future of an Illusion)

O sistema freudiano é, portanto, uma ferramenta perfeita para a lavagem cerebral, pois nega os fundamentos morais de nossa civilização, nos dizendo que eles são uma ilusão infantil. Sem tais fundamentos morais, o homem não tem amarras e é suscetível à "sugestões" da lavagem cerebral. Toda a psicologia freudiana, em vários aspectos, é uma forma de lavagem cerebral, porque para concordar com suas premissas, é preciso concordar que o homem é uma besta que deve negar a existência da lei universal e de Deus, o Criador.

A psicologia freudiana, pregada por Freud e seus seguidores, ou por neofreudianos como Carl Jung, tornou-se a moda na década de 1920. Foi promovida na cultura popular através dos meios de comunicação de massa de sua época, tanto em artigos de jornais quanto em revistas. Seu sistema moralmente insano de "id", "ego" e "superego" tornou-se parte da cultura popular, assim como sua crença de que a criatividade deriva de impulsos sexuais.

Psicologia de massa

Em 1921, antes que os próprios nazistas fossem promovidos a fenômeno de massa, Freud publicou um das obras seminais em seu sistema, "*Mass Psychology and the Analysis of the I*". Como as obras de Fred Emery, citado anteriormente, e outros lavadores de cérebros, este trabalho é uma análise de um fenômeno social e, ao mesmo tempo, um "livro de receitas" sobre como, através da psicologia de massa, criar tal fenômeno - neste caso, um movimento fascista de massa.

Freud utiliza como ponto de partida a obra do psicólogo francês Gustav LeBon, seu infame "A Psicologia da Multidão". A principal tese de LeBon é que, ao fazer parte de uma massa ou multidão, o Homem regride a um estado mental primitivo. Uma pessoa que pode ser, normalmente, altamente culta e moral, em uma grande massa de pessoas é capaz de agir como um bárbaro, sendo propensa a atos de violência e desumanidade indescritíveis, além de perder suas faculdades críticas

Pessoas em uma multidão perdem suas inibições e padrões morais, e se tornam altamente emocionais, diz LeBon. Esse emocionalismo, essa irracionalidade, as deixam ao poder de sugestão, através da qual o comportamento de um indivíduo pode

ser determinado por suas percepções das ações dos outros ao seu redor.

LeBon descreve isso como um retorno à natureza primitiva do homem. Como Freud, o centro de sua crença é a afirmação de que o homem é meramente um animal superior, cujos traços animais são controlados pelas normas sociais e pela estrutura da sociedade. Coloque este animal em uma massa de animais semelhantes, e sua identidade humana é esmagada - Ele deixa de pensar como um humano e fica preso na atividade instintiva animalesca. Veja, diz LeBon, ele voltou às suas raízes animais.

Mas enquanto ele se tornou, ao mesmo tempo, mais primitivo, mais animalesco e infantil, o homem massa, o homem na multidão, a medida que diminui sua responsabilidade individual pela ação tem um senso de poder elevado - um fator chave em todo julgamento moral.

Soa familiar? LeBon está descrevendo o comportamento de todas as massas de pessoas organizadas em torno do emocionalismo e das atividades infantis, como as multidões em grandes eventos esportivos, grandes shows de rock e manifestações em massa. É a psicologia da multidão irracional.

Os mestres no comportamento das pessoas, como LeBon, e as pessoas que controlam os lavadores de cérebros que programam a televisão, sabem há séculos, que massas em manifestações são facilmente manipuladas. Desde os dias da Roma antiga, até as turbas da Revolução Francesa e do Terror, os oligarcas usaram *agents provocateurs* e dinheiro para que essas turbas cumpram suas ordens.

LeBon diz que indivíduos em massa parecem se comportar como se estivessem em estado de hipnose. Mas é aí que suas

observações param. Freud dá um passo adiante. As massas mais efetivamente controladas são aquelas que são comandadas por um líder. É o líder que coloca a massa sob um feitiço hipnótico eficaz.

Massas de pessoas, diz Freud, podem ser deliberadamente induzidas a desistir de sua consciência moral - os valores que sustentam todo julgamento moral. Sua natureza animal está em seu inconsciente profundo. Esses impulsos são reprimidos por sua consciência, que por sua vez é moldada pela sociedade. Freud chama isso de "eu ideal" (o ideal do ego), que mais tarde ele desenvolve o conceito de "sobre eu" (o superego). A própria massa cria as condições para o silenciamento da voz da consciência individual; com essa voz silenciada, pode aparecer, sem restrições, tudo o que viola os padrões da consciência, todo o mal do Homem.

Freud está errado ao afirmar que o homem é antes de tudo um animal e que tudo o que a sociedade faz é reprimir seu comportamento animal instintivo. Ele lançou as bases de uma psicologia regressiva, nociva, que pode tornar o homem mais animal - e, portanto, mais facilmente manipulado por uma pequena elite dominante de oligarcas.

"Em meu íntimo mais profundo, estou realmente convencido de que meus queridos companheiros seres humanos - com poucas exceções - são uma gentalha", escreveu Freud a um colega em 1929.

Se você negar, como Freud o faz, que a verdadeira identidade do homem não está em sua própria individualidade mortal, mas nos atos morais desse indivíduo, por meio de seus poderes de razão criadora que permanecem além de sua vida na Terra, então você destrói a alma do Homem; então o homem é reduzido a um tipo

de animal, que deve ser controlado pelo poder e pelas ações repressivas de um Estado oligárquico.

"É tão impossível prescindir do controle das massas por uma minoria quanto dispensar a coerção no trabalho da civilização", escreve Freud em seu ataque de 1927 à religião, "O Futuro de uma Ilusão". "Pois as massas são preguiçosas e pouco inteligentes."

Freud, antes de Hitler e seus patrocinadores publicarem "Mein Kampf", descreveu o conceito de o "Führerprinzip", o princípio de liderança em torno do qual o estado nazista foi organizado. Em sua "Psicologia de Massas", Freud argumenta que qualquer massa, seja uma nação, ou um grupo criado aleatoriamente, deve ter um líder, alguém que lhe dê o seu "eu ideal" ou valores. O líder torna-se o ideal comum do membro individual e assume todas as suas faculdades críticas, assim como o hipnotizado entrega sua autodeterminação ao hipnotizador. É o líder, diz Freud, que fornece o vínculo comum para uma massa de pessoas; o apego comum da massa ao líder permite que cada membro se identifique com o outro, dando forma e direção à massa.

Freud diz que o líder mantém o apego de seus seguidores através do que ele chama de objetivo da libido inibida - uma atração sexual que é reprimida ou dessexualizada. Porém, para que isso funcione, o líder deve permanecer distante, sem apegos a qualquer pessoa, de modo a criar uma qualidade quase divina ou mística. O líder deve parecer estar acima da massa, mas fazendo parte dela; *"ele não ama ninguém além de si mesmo ou outras pessoas na medida em que possam atender às suas necessidades"*, escreve Freud. Desse modo, o líder *"ama a todos"*.

O homem é mais parecido com um animal quando jovem. A mente infantil, embora ainda diferente do animal em suas capacidades

criativas, pensa mais instintivamente, é mais reativa, e é mais propensa a sugestões. O Führer de Freud torna-se um veículo para tornar a massas mais infantis; ficando, portanto, mais facilmente controláveis e manipuláveis. *"Elas ficam indefesas contra a lavagem cerebral em massa."*

Pense no que descrevemos sobre o líder. Agora pense no que você sabe sobre o estado nazista e seu Führer. Pelas imagens de filmes se viu que Hitler organizou seus seguidores e a massa de alemães quase exatamente como Freud havia descrito, com resultados que ele "previu".

O Führer era um freudiano? Sabe-se que Hitler leu LeBon; não pode ser estabelecido se ele leu Freud, especialmente "Psicologia de Massa". Mas é claro que aqueles que colocaram Hitler no poder e aqueles que dirigiram seu movimento, assim como a maioria da elite dominante da época, leram Freud. Eram eles que estavam promovendo a loucura freudiana e sua propagação em todo o mundo.

O Domínio da Massa

Alguns neofreudianos tornaram-se simpatizantes ostensivos dos nazistas. De todos eles, o mais importante foi o psicanalista suíço Carl Jung, que rompeu com Freud diante da recusa deste último em ver valor no misticismo gnóstico e o que ele chamou de fixação de Freud no impulso sexual, a libido, como a raiz de todas as neuroses. Afinal, Jung passou a ver em Hitler e no estado hitleriano a prova de suas teorias.

E, mais, Jung viu em Hitler a apoteose da sua própria busca por uma espécie de "comunhão" pagã com o Além, uma busca que começou em 1915, com o colossal colapso nervoso de Jung.

Existe uma forte ligação entre as teorias psicanalíticas de Jung, que hoje formam uma das bases conceituais da ideologia da "Nova Era", e seu nazismo - ou, mais precisamente, seu fascínio por Hitler. Pois Jung era obcecado pela noção de que a realidade mais profunda, a maior verdade, jazia enterrada nos aspectos da mente do homem, no inconsciente, místico, psicótico, em oposição à visão externa, racional e científica (judaico-cristã) do mundo. Essa foi a base para a peregrinação de décadas de Jung através de si mesmo, começando com seu colapso nervoso, para encontrar mais "verdades" estranhas e distantes.

E essa foi a base para sua atitude em relação a Hitler. Hitler foi o protótipo do Homem Junguiano, que entregou sua razão ao seu inconsciente, que acolheu a loucura divina como o próprio Jung aconselhou.

Assim, em 1934, Jung estava escrevendo sobre o "fenômeno formidável do Socialismo", que o mundo viu "de olhos arregalados de espanto". Hitler, escreveu ele, havia "*literalmente colocado toda a Alemanha de pé*". Ele viu isso como o renascimento do antigo Deus germânico Wotan, celebrando sua ressurreição em uma época em que o Deus cristão havia se mostrado fraco demais para salvar a cristandade de uma matança fratricida.

"Como arquétipo autônomo, Wotan produz efeitos na vida coletiva de um povo e assim revela sua própria natureza", Jung delirou ao tentar explicar o "formidável fenômeno" do hitlerismo. Esse deus do vento e da chuva transformou a Alemanha, esse vento que "aparece onde se escuta, e que podes ouvir sua voz, mas não podes dizer de onde vem nem para onde vai... [ele] conquista tudo em seu caminho e derruba tudo o que não está firmemente enraizado. Quando o vento sopra, sacode tudo interna ou externamente."

Anteriormente, em um ensaio escrito em 1932 (mas apenas impresso em 1934), Jung havia celebrado a "personalidade do líder [Führer]" contra as "*massas sempre secundárias e preguiçosas, que, na ausência de um demagogo, ficam paralisadas.*" Quando ele imprimiu o ensaio em 1934, ele especificou em uma nota de rodapé: "*Desde que esta frase foi escrita pela primeira vez, a Alemanha também encontrou seu Führer.*"

Em 1933, cerca de três meses depois de Hitler chegar ao poder, Jung, um cidadão suíço, tornou-se um funcionário sem expressão do estado nazista. Pouco depois de Hitler ser nomeado chanceler da Alemanha, Ernst Kretschmer renunciou ao cargo de presidente da Sociedade Geral Alemã de Psicoterapia. Seu sucessor foi Jung,

e o segundo em comando de Jung na sociedade era o Dr. M. H. Goering, primo de Hermann Goering.

Jung estava simplesmente assumindo o cargo (como ele afirmou mais tarde) para salvar a delicada planta da psicoterapia da extinção total pelos nazistas? Dificilmente. Seu primeiro editorial em "Zentralblatt", o jornal da sociedade, declarou: *"No interesse da ciência, nós não podemos mais ignorar as diferenças palpáveis, há muito conhecidas por pessoas de perspicácia, entre as psicologias germânica e judaica. A Psicologia, mais do que qualquer outra ciência, contém um fator pessoal, cuja sua ignorância falsifica os resultados da teoria e da prática."*

No ano seguinte, em 1934 em "Zentralblatt", publicou uma denúncia programática do semitismo subversivo. Para o inconsciente ariano (o inconsciente coletivo, ou racial, do povo alemão, como ele se expressou), Jung atribuiu *"a energia potencial e sementes criativas de um futuro ainda à espera de realização, ... [dos] ainda jovens povos germânicos."*

Tudo isso foi escrito nos dois primeiros anos do regime nazista. Será que Jung não tinha ainda entendido a natureza bestial do regime que ele servia?

Nada disso. Em 1938, cinco anos completos após a ascensão de Hitler ao poder, Jung conseguiu escrever com entusiasmo selvagem elogiando Hitler como um "visionário", um fenômeno histórico pertencente ao tipo do "xamã ou curandeiro verdadeiramente inspirado", o alto-falante da alma alemã, cujo poder era "mais mágico do que político", um "vaso espiritual".

Em sua entrevista com o jornalista americano H. R. Knickerbocker em outubro de 1938, um mês depois de Hitler ter extorquido do Ocidente o Pacto de Munique, Jung disse que

"Hitler pertence à categoria de um curandeiro verdadeiramente místico... A notável característica de sua fisionomia é o aspecto sonhador. Fiquei especialmente impressionado com isso quando vi fotos dele tiradas na crise da Tchecoslováquia; havia em seus olhos o olhar de um vidente... Ele é o alto-falante que amplia os sussurros inaudíveis da alma alemã até que possam ser ouvidos pelo ouvido consciente do alemão. Ele é o primeiro homem a dizer a cada alemão o que, constantemente, tem guardado e sentido em seu inconsciente sobre o destino alemão, especialmente desde a derrota na Guerra Mundial, e que a única característica que colore toda alma alemã é o complexo de inferioridade tipicamente alemão, o complexo do irmão mais novo, daquele que está sempre um pouco atrasado para a festa. O poder de Hitler não é político, é mágico."

O segredo de Hitler foi que ele se deixou guiar pelo próprio inconsciente, disse Jung. Ele era como um homem que ouve atentamente as sugestões sussurradas de uma voz misteriosa e *"então age de acordo com ela. No nosso caso, mesmo que ocasionalmente nossos inconscientes nos alcancem através dos sonhos, temos muita racionalidade, muita atenção, para não obedecê-lo - mas Hitler ouve e obedece. O verdadeiro líder é sempre liderado."* Este, é claro, é o significado da observação do próprio Hitler, frequentemente citada, *"Eu sigo o caminho que a Providência manda com a confiança de um sonâmbulo."*

Jung previu a Knickerbocker que a Inglaterra e a França não honrariam suas garantias de Munique aos tchecos, já que nenhuma nação cumpre sua palavra. Então por que, Knickerbocker perguntou, espera que Hitler mantenha sua palavra? Hitler era diferente, Jung insistiu. "Porque Hitler é a

nação." Era exatamente isso que o deputado nazista Führer Rudolf Hess costumava gritar nos comícios nazistas de Nuremberg.

E mesmo assim, depois que a guerra começou, Jung continuou um entusiasta. Quando a França se rendeu à Alemanha em junho de 1940 - a data, o solstício de verão, não passou despercebida a Jung e outros místicos nazistas - Jung gritou em êxtase: "*É o alvorecer da Era de Aquário!*"

Mesmo muito mais tarde, na guerra, quando Jung percebeu que seu futuro exigia que se dissociasse do tipo particular de magia de Hitler, Jung ainda tinha certeza de que Hitler representara a Alemanha da forma mais profunda possível, de modo mítico e místico. Em resposta a perguntas de agentes americanos sobre se Hitler poderia ser derrubado internamente na Alemanha, Jung balançou a cabeça com impaciência. Hitler jamais poderia ser derrubado por outros alemães; ele era a Alemanha. Ele era o "*coletivo [racial] inconsciente do povo alemão.*"

Mídia de massa

Os nazistas e seus apoiadores organizados, mesmo quando no poder, representavam apenas uma minoria da população alemã. E o resto das pessoas, a quem nossos documentários de televisão chamam de "bons alemães", que concordaram com o Estado de Hitler? O que foi feito para que procedessem assim?

Isso foi conseguido através do terror em massa, tanto pelo uso real de terror das baionetas quanto pela ameaça implícita de usá-las. É muito possível que as mesmas potências que colocaram Hitler no poder poderiam tê-lo feito por um putsch¹¹, sem uma

¹¹ Tentativa de derrubar um governo através de um golpe violento(NT)

vitória eleitoral popular. Digo que eles escolheram não fazer desse modo, porque as considerações psicológicas que eram necessárias para que o estado de Hitler conquistasse o poder, exigia que a escolha inicial dos nazistas parecesse livre. Isso aumentou a ansiedade dos "bons alemães", pois eles pareciam se culpar pelo terrível estado de coisas. Como observaram muitos freudianos e neofreudianos que analisaram o experimento nazista, isso levou a maioria dos alemães a duvidar de seu próprio julgamento, tornando-os mais suscetíveis à lavagem cerebral.

A estrutura do Partido Nazista e do Estado Führer forneceu veículos organizados para lavagem cerebral freudiana em massa. Mas o principal veículo era a mídia de massa. Na verdade, os nazistas provavelmente foram os inventores da mídia de massa - os meios para a disseminação de forma instantânea, universal ou quase universal, da informação, neste caso controlada através do estado.

Havia três instituições básicas de mídia de massa.

A mídia impressa, que contava com o controle coordenado das informações divulgadas através da imprensa. Todas as informações foram criadas e passadas pelo Ministério da Informação, sob Josef Goebbels. A cobertura foi orquestrada para não parecer ser idêntica, com vários relatos fornecendo aspectos particulares de uma história. Mas o ponto é que todas as notícias foram gerenciadas de cima, incluindo até a cobertura estrangeira de eventos alemães. Nesse sistema quase todos os alemães podiam ser alcançados com a mensagem desejada.

Os Filmes tornaram-se também um meio de comunicação de massa universal, com cinemas estabelecidos em todas as cidades, com longas-metragens que traziam imagens de lavagem cerebral da cultura nazista. Tais filmes, frequentemente, foram

cuidadosamente elaborados para ter o maior efeito psicológico possível, sendo mais notórios os épicos de Leni Riefenstahl, como "Triunfo da Vontade".

Esses filmes e cinejornais foram cuidadosamente produzidos e permitiram que o público se tornasse participante da experiência em massa de comícios e outros eventos. Eles forneceram um vínculo, como já descrevemos, entre o líder e as massas; e, em outras partes da Alemanha, entre o indivíduo na massa e seu vizinho. Eles produziram uma experiência de lavagem cerebral universal, e foram conscientemente produzidos para criar tal efeito tão desejado. Públicos-alvo nos cinemas costumavam cantar hinos e saudações nazistas, por instigação das imagens na tela. Além disso, os filmes forneciam o *feindbild*¹² ou as fotos dos inimigos contra os quais os nazistas deveriam mobilizar suas turbas. Como mais de um lavador cerebral comentou, os alemães foram os primeiros a serem submetidos ao descarado uso do filme para propaganda e o experimento foi um enorme "sucesso".

Mas o mais universal dos meios de comunicação de massa era o rádio. Assim que chegaram ao poder, os nazistas ordenaram a produção e disseminação em massa de receptores baratos de rádio. No final de seu primeiro ano no poder, quase todos os lares alemães tinham um. Além disso, alto-falantes, ligados a receptores e amplificadores de rádio, foram instalados em praças da cidade e outros locais em toda a Alemanha.

Pela primeira vez na história um evento, enquanto estava acontecendo, pode ser ouvido por quase todas as pessoas em todo país. Esse é o público de massa que prenuncia nossa experiência de televisão. O conceito por trás dele era o mesmo

¹² *Concepção de uma pessoa ou coisa como inimigo ou oponente, como algo hostil, ameaçador(NT)*

que descrevemos ao discutir a "psicologia de massa" de Freud - indivíduos participando de fenômenos em massa são suscetíveis à sugestão, à perda de sua consciência moral - eles tornam-se oprimidos pela experiência de massa.

Vindo pelo rádio, em milhões de lares e milhares de praças, está a voz de um homem, o Führer. Esse fato - em que todos ou quase todos os alemães estavam ouvindo sua voz ao mesmo tempo - deu um poder maior à mensagem; criou um ar de "todo poderoso". Muitos comentaristas observaram sobre a qualidade hipnótica da voz de Hitler, como ela parecia hipnotizar seu público, seja ao vivo ou no rádio ou visto em filme. Os neo-freudianos observariam que não era apenas a qualidade da voz, mas a sensação por parte do ouvinte de fazer parte de uma experiência em massa, que contribuiu para este efeito.

Orquestração cuidadosa

Os discursos de Hitler foram alguns dos primeiros eventos de mídia de massa da história. Eles eram tão cuidadosamente preparados e orquestrados como qualquer evento moderno de televisão. Eles são comparáveis no tipo de preparação e produção, pela extravagância da mídia, com o Superbowl. Na verdade, pode-se dizer que as pessoas que preparam tais eventos da mídia de massa aprenderam suas técnicas com os nazistas, como explicaremos mais tarde.

Os discursos eram precedidos por ampla publicidade na mídia impressa e no rádio, com um acúmulo de expectativa e excitação. Com o momento do discurso se aproximando, os locutores descrevem o frenesi e a excitação da multidão. A entrada de Hitler no salão era cuidadosamente descrita, também para criar tensão e

excitação. Quando o discurso começava, Hitler geralmente falava em tons baixos e suaves, facilitando a compreensão de sua mensagem. Suas frases eram simples e geralmente curtas. As palavras eram cuidadosamente escolhidas, de modo a não confundir o mais simples dos ouvintes. Seu tom e excitação na voz aumentavam à medida que o discurso progredia, chegando eventualmente até a gritar a mensagem para seu público. Terminava com a multidão rugindo sua aprovação, tudo transmitido sem comentários. Quando o Führer deixava o salão, o comentarista descrevia cuidadosamente a cena, com ênfase no que a multidão estava fazendo.

Mas isso não era um talento natural de Hitler. Ele ensaiava cuidadosamente tudo, até os mais minuciosos gestos e movimentos oculares, usando fotografias para modificar seu estilo para um efeito máximo. Como uma estrela de televisão, ele repassava detalhes da encenação de suas entradas, a localização do pódio, a iluminação, etc. com seus "diretores de palco" como Goebbels.

Quando os lavadores de cérebro entrevistaram os alemães depois da guerra, como parte dos esforços para "psicanalisar" a experiência nazista, eles descobriram que poucos se lembravam de qualquer conteúdo nos discursos de Hitler. Se estavam presentes, quase todos se lembravam de ter feito parte da experiência e a maioria se lembrou da "emoção" em ouvi-lo no rádio. As palavras "hipnótico" e "hipnotizante" foram as mais usadas para descrever a voz do Führer. Mesmo algumas pessoas que declararam ter discordado dos nazistas, a contragosto, afirmaram que Hitler era um "orador fascinante".

Os lavadores de cérebro concluíram de tudo isso que os eventos da mídia de massa levaram as pessoas a "cancelar sua crença na realidade", ficando, de fato, dispostos a aceitar coisas irracionais

sendo ditas, que poderiam ter rejeitado, se as tivessem ouvido em outro contexto.

Ironicamente, os nazistas estavam trabalhando no próximo nível de tecnologia de mídia de massa – a televisão - quando a guerra estourou. Se a guerra e suas demandas de produção não atrapalhassem, é bastante certo que, o mais tardar em meados da década de 1940, todos os alemães teriam um aparelho de televisão!

O domínio da mídia de massa de Hitler sobre a população continuou até o final da guerra; outros líderes nazistas, Goebbels em particular, foram apontados como também tendo semelhante poder. Mas ninguém pode ultrapassar a realidade como o Führer, ou melhor, os eventos de mídia de massa do Führer. Somente quando o estado nazista se acabou em derrota militar e caos, esse processo se desfez.

Uma Sociedade Tornada Insana

Esta é uma imagem de uma sociedade deliberadamente tornada insana. É ainda mais cruel porque isso foi feito a um grande povo, escolhido como vítima porque era grande e portador das tradições do Renascimento através de gigantes como Bach, Mozart, Beethoven, Schiller, Lizst e von Humboldt. Uma ciência do mal, a psicologia social freudiana, foi lançada contra eles, por uma oligarquia doente.

Durante a guerra, Bruno Bettelheim, neofreudiano, publicou uma análise psicológica do período nazista a mando da rede de lavadores de cérebros associados ao Instituto Tavistock. Bettelheim, ele próprio um prisioneiro do campo de concentração em 1938-39, descreve como, sob extrema dúvida e terror, o indivíduo irá regredir a um estado cada vez mais infantil. Nessa

condição, os internos dos campos começaram a imitar as personalidades e maneirismos de seus opressores, os guardas da SS. Em uma versão amplamente divulgada dessa obra, "The Informed Heart", ele indica que a vida fora dos campos de concentração imitava a desintegração psicológica que acontecia dentro - Todos os cidadãos alemães estavam se tornando mais infantis, menos capazes de agir como adultos racionais.

Escreve Bettelheim:

"Embora a boa criança possa ser vista e não ouvida... a boa criança alemã tinha que ser invisível e também burra... Uma coisa é se comportar como uma criança porque a pessoa é criança: dependente, carente de conhecimentos e compreensão, cuidada por adultos maiores, mais velhos e mais sábios; forçados por eles a se comportar, mas ocasionalmente capaz de desafiá-los e se safar. O mais importante de tudo, é ter certeza de que, com o tempo, à medida que alguém chegasse à idade adulta, tudo isso seria corrigido. É bem diferente de ser adulto e ter que se forçar a assumir um comportamento infantil, e para sempre...

Não foi apenas uma dependência indefesa causada pela coerção de outros... Foi também a clara divisão da personalidade. A ansiedade do homem, seu desejo de proteger a vida, forçou-o a abrir mão do que era, em última análise, sua melhor chance de sobrevivência – sua capacidade de reagir e tomar decisões apropriadas. Mas desistindo disso, ele não era mais um homem, mas sim uma criança. Sabendo que para sobreviver, ele deve decidir e agir, e tentar sobreviver por não reagir – foi afetado por essa combinação que o dominou em tal ponto, que

acabou por despojá-lo de todo o respeito próprio e de todos os seus sentimentos de independência."

Dessa forma, o experimento multinível de lavagem cerebral em massa freudiana espalhou seu mal sobre a população alemã. No final, os nazistas, eles próprios um grupo de gnósticos psicóticos, ficaram previsivelmente fora de controle e o experimento teve que ser terminado.

Nesse íterim, as turbas freudianas desencadeadas pelo processo destruíram grande parte Europa. E quando acabou, aqueles que impuseram este horror no mundo, tentaram, através da mídia de massa, culpar suas vítimas pelos crimes cometidos. Os Alemães, que tinham sido torturados em massa com lavagem cerebral pela oligarquia, por meio de suas ferramentas nazistas, foram informados de que eram coletivamente culpados por tudo o que havia acontecido. A oligarquia julgou um punhado de nazistas psicóticos e, ao fazê-lo, erroneamente colocou no mesmo barco, em Nuremberg, toda a Nação alemã, um dos maiores povos da terra.

E enquanto eles recitavam que isso "nunca deveria acontecer novamente", eles e seus lavadores de cérebro já estavam estudando onde o experimento havia dado errado. Eles estavam se preparando para fazer muito pior, usando uma ferramenta recém-desenvolvida - a televisão - como seu mecanismo de lavagem cerebral em massa mais avançado para organizar uma nova forma de estado fascista sem a superestrutura nazista.

Vamos voltar ao assunto de um estado fascista sem a superestrutura nazista na próxima parte deste artigo, e mostrar-lhe o tipo de sociedade que os lavadores de cérebro planejam para vocês. Mas, por enquanto, quero que você pense nas duas imagens com as quais começaram esta seção - o estado nazista, e

em particular, os comícios nazistas, com multidões frenéticas, aplaudindo seu Führer, e os milhões mais ouvindo, grudados em seus rádios. Agora reflita sobre o que lhe dissemos sobre isso, como foram realmente "eventos de mídia de massa" cuidadosamente encenados.

Agora pense nos comícios "Tempestade no Deserto" e nas semelhanças entre os dois eventos - em suas raízes, ambos são "eventos organizados de lavagem cerebral pela mídia de massa". Você percebe que foi manipulado? Você não, não é? Isso é o quão bem eficaz é a lavagem cerebral de mais de 40 anos da população americana pela televisão.

Estou em dívida com Molly Hammett Kronberg pela seção sobre psicologia junguiana e Hitler, e pela discussão sobre o movimento nazista em geral.

A Sociedade Laranja mecânica

Estou de volta. Eu nem vou perguntar desta vez se o aparelho de televisão está ligado ou desligado. Até agora, espero, que você tenha percebido que é impossível pensar em qualquer assunto importante enquanto ela estiver ligada. Mas caso alguém tenha ligado o aparelho, eu darei a você a chance de desligá-lo ou ir para outra sala antes de começarmos.

As pessoas que colocaram os nazistas no poder nunca desistiram da ideia de lavagem cerebral psicológica em massa como meio de manter o poder da elite oligárquica. Eles apenas reconheceram, de má vontade, que o modelo nazista de controle social, com suas exigências de arregimentação total, não poderia ter aplicação universal. A questão a ser resolvida pelos lavadores de cérebro, em lugares como o Instituto Tavistock fora de Londres, era como criar um estado nazista nos Estados Unidos sem o seu aparelho de terror do Estado, agora socialmente inaceitável.

Os americanos voltaram para casa depois de uma guerra na qual derrotaram, com grande sacrifício humano, um monstruoso mal. Os envolvidos no esforço de guerra estavam, portanto, focados num propósito superior na vida, o tipo de perspectiva moral que leva um indivíduo a ficar disposto a sacrificar sua vida, se necessário, para tornar o mundo um lugar melhor para se viver para alguém que possa vir depois dele, ao mesmo tempo em que dá um significado renovado às conquistas das gerações passadas. O esforço de guerra levou a uma explosão de otimismo cultural na

população, que fez parecer que poderíamos fazer grandes coisas por toda a Humanidade.

Agora, olhe ao redor desta nossa nação miserável. É difícil acreditar que seja o mesmo lugar de 40 ou 50 anos atrás. Para a maioria das pessoas, há pouco ou nenhum propósito na vida, exceto o de sobreviver até o dia seguinte. Nosso povo tem uma profunda cultura do pessimismo, e são cínicos sobre quase tudo.

Agora, pense bem - nos últimos 40 anos, enquanto nossa perspectiva moral entrou em colapso - o que se tornou uma parte constante e sempre presente de sua vida? Isso mesmo, a televisão, essa caixa na sua sala de estar. Compreender isso é necessário para entender o que estou prestes a contar.

O novo líder

O nocivo Sigmund Freud, em sua obra "Psicologia das Massas e a Análise do Eu", disse que as inibições e perspectivas morais de um indivíduo podem ser quebradas quando ele faz parte de uma massa ou multidão. De acordo com Freud, as pessoas em multidões ou massas se comportam como se fossem hipnotizadas - uma pessoa se torna mais infantil e, portanto, mais parecendo um animal sob tais circunstâncias, e perde o poder de raciocinar criticamente. Usando o poder de sugestão de massa, uma nova perspectiva, baseada em diferentes ideais, pode então substituir valores que uma pessoa tinha anteriormente.

Freud diz que cada massa tem um líder, que cumpre a função de hipnotizador. É para o líder que os indivíduos da multidão abdicam de seus ideais, e é a partir do líder que eles recebem seus novos valores. É por vontade e palavra do líder, que a massa ou multidão pode ser movimentada.

Freud afirmou que o princípio do líder funcionou como uma ferramenta de lavagem cerebral por causa de alguma necessidade inata do Homem de ser conduzido; isso apenas traiu sua própria visão oligárquica. Ele acreditava que o homem era apenas um animal de duas pernas, cujo animalismo básico poderia ser induzido a vir à tona em situações de massa.

Freud está errado - o homem não é um animal. No entanto, ele pode, em condições de psicose de massa, por meio de técnicas de lavagem cerebral do tipo já descrito, ser programado para agir como se fosse um animal. A chave para a lavagem cerebral em massa é criar os tipos de "ambientes organizados e controlados" nos quais "tensão" e "estresse" podem ser aplicados para quebrar um julgamento moralmente ensinado, tornando assim o indivíduo mais suscetível à "sugestão". Esses ambientes controlados são organizados de modo a apelar ao emocionalismo básico, sensualidade e até ao erotismo - "sentimentos" que fazem o homem "um animal a mais" - e não às capacidades superiores de raciocínio do homem, que realmente o distinguem da besta. É este fato, e não apenas o tamanho de um evento, que torna a lavagem cerebral possível.

Para os lavadores de cérebros, o que era necessário para um novo sistema de controle social de massa era um meio de organizar um "apelo em massa ao emocionalismo". Quanto mais dominante e globalizante esse apelo, melhor. Quanto mais infantilizada a população pudesse ser tornada, menor seria sua resistência à sugestão e manipulação.

Na televisão, encontraram a ferramenta para estabelecer um sistema de massificação para aquele apelo constante ao infantilismo. Tinha o potencial de alcançar todos os lares, alcançar todo cidadão com um conjunto de mensagens e sugestões. Tinha também a capacidade, através do controle e disseminação de

informações, para criar grandes "ambientes" criando suas percepções dos eventos. A televisão é a nova "líder", o equivalente tecnológico de Hitler.

Escrevendo em 1972 com Eric Trist, ex-Wharton School e agora da Universidade de Toronto e o principal lavador de cérebros de Tavistock nos Estados Unidos, Fred Emery diz:

"Estamos sugerindo que a televisão evoca uma suposição básica de dependência. Deve evocar (isso) porque ela é, essencialmente, uma atividade emocional e irracional....A televisão é a líder perene que fornece apoio e proteção."

Emery e Trist relatam que a população nunca ouviu isso sobre a televisão, e escrevendo para um punhado de colegas lavadores de cérebro, eles agora estão prestes a revelar esse segredo: *"... que o questionamento e o confronto da televisão foram postos de lado para manter seu papel de líder em causar dependência."*

Eles observam que toda a televisão tem um efeito dissociativo nas capacidades mentais, tornando pessoas menos capazes de pensar racionalmente. Voltando aos estudos da experiência de Hitler eles acham que isso confirma a tese de que *"o líder pode ser louco ou um gênio, mas todas as mesmas pessoas se sentem compelidas a acreditar que ele é um líder confiável"*.

Emery e Trist, depois de testemunharem mais de 20 anos de lavagem cerebral na televisão, comentam; *"Em outras palavras, a televisão pode ser vista em parte como um especialista tecnológico substituto do hipnotizador."*

Quanto mais você assiste, mais suscetível você se torna às sugestões de seu líder, a televisão. *"... Isso desliga você da realidade e do tempo"*, escrevem Emery e Trist, comentando que a

compreensão das relações temporais e da realidade são necessárias para um indivíduo poder tomar uma ação racional e intencional.

Ao analisar os efeitos de assistir televisão habitualmente, Emery e Trist citam estudos provando que causa danos neurológicos:

"Nossa tese é que a televisão produz um tipo e uma quantidade de vício que ficam próximas de provocar a destruição de estruturas anatômicas críticas."

Eles relatam, no entanto, que o dano não é irreversível. Os problemas neurológicos podem ser eliminados dentro de alguns dias após a interrupção das seis a oito horas de visualização diária. Já os efeitos sobre a capacidade de raciocinar e sobre as estruturas de valores morais são muito mais difíceis de eliminar:

"A pessoa pode (portanto) ser vítima dessa capacidade da TV, usada de modo intencional, de tal maneira que fique incapaz de tomar consciência de seu prejuízo."

Turbulência Social

Agora, estamos prontos para ver o que os lavadores de cérebros e os oligarcas que implantados têm reservado para você.

Muitos neofreudianos criticaram Freud por apresentar um sistema muito biologicamente orientado. Eles dizem que Freud não conseguiu entender o quanto é importante o papel que o ambiente social desempenha na formação da personalidade do indivíduo. Uma nova psicologia social deve colocar ênfase no papel dos ambientes cheios de tensão na moldagem da

personalidade ou o "ego", produzindo regressão a personalidades mais infantis ou "tipo id".

De acordo com a visão da personalidade defendida por Emery e Trist, de Tavistock, o ambiente social é estável, no ponto em que as pessoas são mais ou menos capazes de "lidar" com o que está acontecendo com eles, ou é turbulento, no ponto em que as pessoas ou tomam ações para aliviar a tensão, ou se adaptam para aceitar o ambiente cheio de tensão. Se a turbulência não cessar, ou se intensificar, então, em certo ponto, as pessoas deixam de ser capazes de se adaptar de forma positiva.

Nesse ponto, Emery e Trist dizem: as pessoas se tornam refratárias - elas escolhem uma resposta à tensão que degrada suas vidas. Elas passam a "reprimir a realidade", negando sua existência e construindo fantasias cada vez mais infantis que lhes permitem lidar com elas. O tempo todo, suas vidas estão se tornando cada vez piores, quando comparadas por estruturas de valor um pouco anteriores. Para evitar essa contradição, as pessoas em condições de "aumento de turbulência", mudam seus valores, cedendo a novos valores degradados, valores que são menos humanos e mais animais.

Esse pensamento é uma maçaroca de ideias? Bem, em certo sentido é – indivíduos moralmente racionais, aculturados por 2.000 anos de civilização cristã, não pensam de tal modo. Eles rejeitariam escolhas bárbaras, as chamadas escolhas críticas, onde nada é bom. Eles buscariam a Verdade e, ao buscar a Verdade, encontrariam saídas da armadilha mental dos lavadores de cérebro.

Quarenta anos atrás, nossas respostas aos problemas e nossa perspectiva moral eram diferentes. Você provavelmente teria rejeitado os tipos de escolhas críticas que lhe são oferecidas hoje.

Mas isso foi antes da televisão. Quarenta anos de televisão erodiram sua capacidade de fazer escolhas morais, e o conduziram a escolhas críticas. Você seguiu seu líder, a televisão, por um caminho que leva ao inferno.

Olhando para o inferno

Vinte anos atrás, os lavadores de cérebro, Emery e Trist, estabeleceram alguns cenários para o futuro baseado em uma "condição permanente de turbulência social". Pode haver breves períodos de calma, mas, segundo eles, o mundo se tornaria cada vez mais caótico e violento.

Nas mãos daqueles que têm o poder de fazer política -- para criar a turbulência social - o que eles escreveram é uma receita para se obter um "futuro" desejado. É apropriado ver o que eles produziram, em 1972, como guerra psicológica subjacente, o conceito de lavagem cerebral em massa, embutido nas doutrinas políticas de instituições tais como o Conselho de Relações Exteriores (CFR) e a Comissão Trilateral (TC)¹³. Esses conceitos foram escritos por pessoas de instituições dessa espécie.

Sua previsão - um período de turbulência contínua, especialmente turbulência econômica levando ao declínio econômico - teve seu corolário político nos relatórios do "Projeto 1980" do CFR, elaborados em meados da década de 1970. Lá, encontramos referência a planos para a "desintegração controlada" da economia americana.

Em 1972, depois de vinte anos assistindo televisão nos Estados Unidos e na maior parte do Ocidente, as populações ficaram com

¹³ Ambas peças chaves no globalismo e Nova Ordem mundial (NT)

três cenários básicos de falta de adaptação para lidar com a tensão.

Um cenário é chamado de superficialidade. É uma forma de retiro psicológico, uma tentativa para simplificar as escolhas. A tensão, dizem Emery e Trist, faz o homem desejar se libertar dos valores emocionais anteriormente escolhidos. Uma pessoa reduz o "*valor de suas intenções, diminuindo o investimento emocional nos fins almejados, sejam eles sejam fins pessoais ou socialmente compartilhados... Esta estratégia só pode ser seguida negando as raízes mais profundas da Humanidade que unem... as pessoas em um nível pessoal negando sua psique individual.*"

Emery e Trist, escrevendo sobre como esse cenário funciona, no tempo da guerra do Vietnã, apontam como exemplo a rebelião encharcada de drogas dos "filhos de flores"¹⁴ contra a sociedade. Lutando uma guerra cada vez mais sem sentido e brutal, a geração mais velha começa a finalmente aceitar a decadência moral da cultura das drogas de seus filhos, em vez de buscar conflito. A sociedade como um todo aceita um "padrão moral inferior", colocado como um valor superior.

Citando o filósofo da Escola de Frankfurt, Herbert Marcuse, popularizado na contracultura da década de 1960, Emery e Trist dizem que sob tais condições a escolha se torna sem significado. O importante é "o momento" e "a experiência momentânea torna-se tudo", afirmam.

Citando Marcuse em seu "One Dimensional Man", Emery e Trist dizem que a sociedade moderna a é assim confrontada com "o caráter racional de sua irracionalidade".

¹⁴ Refere-se aos integrantes do movimento hippie da década de 1960 na América (NT)

A resposta organizada da sociedade a este processo foi mais bem identificada por Aldous Huxley em seu "Admirável Mundo Novo", a sociedade controlada pelas drogas, na qual não há nenhuma opção moral para o indivíduo. Eles identificam a contracultura dos anos 1960 como "pioneira" para este cenário.

O segundo cenário envolve a segmentação da sociedade em partes menores, de tamanho que se poderia mais facilmente manobrá-la. *"Há um aprimoramento do grupo e preconceitos de fora do grupo à medida que as pessoas procuram simplificar suas escolhas"*, dizem Emery e Trist. *"A linha natural de divisões sociais emergiu para se tornar uma barreira"*

Nesse cenário, cada grupo – étnico, racial, sexual – está contra o outro. Nações se dividem em grupos regionais, e essas em áreas menores, que, por sua vez, se dividem em áreas menores, ao longo de linhas étnicas ou outras. É um cenário incrivelmente violento, mas uma violência associada a uma espécie de intencionalidade, na defesa individual de cada grupo étnico ou de outro tipo.

A resposta social organizada a tal desintegração psicológica e política é o estado fascista orwelliano, projetado no livro de George Orwell "1984". No livro, indivíduos recorrem ao "Big Brother" para regular suas vidas e conflitos entre várias castas na sociedade. Um conflito contínuo entre três superpotências, escreve Orwell, é *"travado por cada grupo dominante contra seus próprios súditos, e o objetivo da guerra não é para conseguir ou impedir conquistas de território, mas para manter a estrutura da sociedade intacta..."*

Embora observando que, caso atualmente ele pudesse ser replicado em sua forma exata, o cenário orwelliano, em sua forma

totalmente regimentada, não é mais aceitável do que o nazismo, Emery e Trist dizem que existem, no entanto, paralelos óbvios na "Guerra Fria" com a "guerra orwelliana de cada um contra todos". Eles comentam em outra passagem que, se a Guerra Fria entrar em colapso, a capacidade de controlar um cenário de segmentação em escala social também entraria em colapso.

O terceiro cenário é o mais intenso, envolvendo uma abstração e recuo para um *"mundo privado e um abandono dos laços sociais que possam implicar em intrometimento em assuntos dos outros."* Emery e Trist advertem que essa dissociação não passa de um reforço da afirmação do "eu primeiro", de egoísmo pessoal que se tornou a marca registrada das décadas de 1970 e 1980. Temendo o terror que o cerca, o indivíduo procura evitar inteiramente todas as formas de perigo. Os indivíduos buscam a invisibilidade, a fim de desaparecer em seus ambientes; eles não vêem nada nem ninguém, assim ninguém os pode ver.

Os lavadores de cérebro observam que a dissociação sempre foi uma espécie de resposta para a vida em uma cidade. As pessoas tendem a "desviar o olhar" de algumas coisas que estão acontecendo, tal como a pessoa que anda de metrô tenta "permanecer invisível" embora esteja no meio da multidão.

Aqui podemos ver como as previsões de Freud e seus colegas sobre o comportamento de multidões ou massas de pessoas são específicos apenas para certos tipos de experiências especialmente organizadas - aquelas em que a massa se organiza em torno de apelos ao emocionalismo, que levam à regressão do indivíduo a um estado mental infantil, a uma liberdade animalesca de expressão hedonista. Emery e Trist descrevem um nível de dissociação tão grande que o indivíduo é reduzido a um animal. Ele se afasta do terror ao seu redor, e como um animal "brincando de gambá", tenta se esconder.

Com indivíduos retraídos em suas fantasias, suas mentes entorpecidas e submetidas a lavagem cerebral por seus televisores, os lavadores de cérebro prevêm que os homens estarão dispostos a aceitar "a perversa desumanidade de homem para homem que caracterizou o nazismo" - não a estrutura do estado nazista, mas a "visão moral da sociedade nazista".

Em última análise, a maioria das pessoas se retrai tanto que nem se preocupa em comparecer em eventos esportivos ou shows de rock - "eles têm essas experiências mediadas através da televisão". É a televisão que "dá consolo", escrevem os lavadores de cérebro.

Para sobreviver, tais indivíduos precisam do conforto de uma nova religião. As velhas formas religiosas, especialmente o cristianismo ocidental, exigem que o homem seja responsável por seus semelhantes humanos. As novas formas religiosas serão uma forma de anarquismo místico, uma experiência muito parecida com a prática satânica dos nazistas e os pontos de vista de Carl Jung. Novamente é a televisão que fornece a "cola social" que une as mentes da população às suas novas formas religiosas. A televisão age como líder, neste caso, o "anticristo".

Uma Laranja mecânica

A resposta social organizada à dissociação, dizem Emery e Trist, é uma sociedade descrita nas páginas do romance de Anthony Burgess "A Clockwork Orange" (A Laranja Mecânica).

No livro, Burgess retrata uma sociedade que enlouqueceu de forma controlada. A maioria de pessoas está engajada em "escolarização" inútil, alguns engajados em trabalhos triviais que

destroem a mente, e em algum lugar, há pessoas administrando tudo isso como se fosse um zoológico insano.

A violência sem sentido está por toda parte nas ruas, cometida por gangues de jovens com desejo de sangue. Em uma típica cena de rua de Laranja Mecânica, uma gangue de drogados, adolescentes estranhamente vestidos batem violentamente em um velho. *"Ele pediu isso"*, disse um dos membros da gangue; *"todo mundo sabe que se você for a certas partes da cidade, você será espancado e estuprado"*.

Não há política em nada disso - Burgess garantiu que seu "herói", Alex, repetidamente deixa claro que ele é apolítico. Alex fala uma língua inventada pelo linguista Burgess, apropriada ao seu infantilismo; nunca sendo traduzida - o leitor é forçado a "aprender" o que ela significa por descrição ou "imagens de palavras".

Burgess não fornece nenhuma explicação sobre como a sociedade chegou a esse ponto; não há guerra ou outra calamidade social referida. *"É assim que as coisas são"*, diz um personagem.

"Laranja Mecânica" retrata uma sociedade dominada por uma raiva animalesca infantil. Os adultos dissociados não podem exercer autoridade moral sobre seus filhos, porque eles estão envolvidos demais com suas próprias fantasias infantis, trazidas a eles por meio de seus aparelhos de televisão. Mesmo enquanto assistem aos relatórios do caos diário, eles convencem a si mesmos que não são "seus filhos" que estão fazendo isso.

Para Emery e Trist, a visão de Laranja Mecânica de Burgess é o estado nazista sem a superestrutura. É desordem organizada, sem controle moral.

Assim, é a força dos meios de comunicação de massa, o poder da televisão, que está nos levando para a sociedade Laranja Mecânica. Como explicamos em seções anteriores, a televisão, quando assistida de forma habitual e prolongada, induz à dissociação. Também fornece a tensão e as imagens de violência necessárias para criar a forma de organização social de "Laranja Mecânica". Sob seu sempre presente olho, o "líder", a televisão, transforma crianças em feras, como Alex, e pais em cuidadores impotentes de animais.

Com o tempo, um estado de desintegração mental e social pode se transformar em outro. Dado o poder da televisão sobre a sociedade, todos os estados tenderão a se tornar mais dissociativos, tal como em "A Clockwork Orange". Como o lavador cerebral Hal Becker do Futures Group colocou em 1981, "*Orwell cometeu um grande erro em seu "1984". Desde que você o assista, o Big Brother não precisa ver você.*"

A seguir, explicarei como os programas que você assiste na televisão foram criados para fazer lavagem cerebral em você.

A Programação da América pela Televisão

Refleta sobre o seguinte por um momento -- Suponha que alguém lhe dissesse que queria que você tomasse uma grande dose de uma droga que mata a mente, e que depois que tomasse a droga, eles iam então sugerir que você fizesse coisas que, sem tomar a droga, provavelmente nunca pensaria em fazer. E, eles também lhe diriam que "você não seria responsabilizado pelo que fizesse, que não teria nenhuma lembrança consciente do que aconteceu". Você aceitaria?

Definitivamente não, você diz, de jeito nenhum.

No entanto, por mais de 40 anos, a maioria dos americanos, como você, foi tomando uma dose diária de uma droga que mata a mente, uma das mais poderosas já inventadas – a "televisão". Com sua mente em um estado de amortecimento, coisas foram sugeridas a você que, se você estivesse alerta e raciocinando, as teria rejeitado. E, com o passar do tempo, sob a dosagem contínua deste medicamento, você seguiu as sugestões, alterando a maneira de como você pensa sobre si mesmo e sobre o mundo ao seu redor. E, você nunca soube que isso estava acontecendo e ainda tem dificuldade em acreditar, apesar de todas as coisas já mostradas. É desse modo que esse processo de lavagem cerebral é tão completo, quão forte é o seu poder sobre você.

Pessoas como Sigmund Freud, seus seguidores diretos no movimento psicanalítico, e os neofreudianos que se separaram

dele, assim como todos os psicólogos sociais, negam a existência da verdade universal de que o homem é feito à imagem viva de Deus, e é, portanto, diferente do animal. Eles negam que o homem tenha sido dotado por seu Criador com a Centelha Divina da razão, e que pelo dom da razão, o Homem pode aperfeiçoar conscientemente seu conhecimento. Para eles, a criatividade é fundamentalmente um conceito místico incognoscível, um ato ligado à repressão de ambos os desejos, carnal e sexual.

Ao negar essas verdades mais fundamentais, eles negam a existência de qualquer verdade. Eles procuram impor à Humanidade uma "mudança de paradigma que eliminará 2.000 anos de civilização cristã", devolvendo assim o homem a uma ordem social bestial e primitiva.

Usando a televisão como arma, os lavadores de cérebro lançaram um ataque de 40 anos sobre as verdades universais da civilização cristã ocidental e sobre o conceito de própria verdade universal. No lugar da razão moralmente aprendida, na ausência de verdade, eles levantaram o falso deus da opinião pública. Como mostraremos, eles conscientemente visavam "os valores morais mais elevados" da sociedade, e até mesmo a ideia de que poderia haver um conjunto de valores morais verdadeiros, buscando colocar a amoralidade como suposição axiomática.

Realidade como opinião

Uma vez que o conceito de verdade universal é obliterado, a realidade pode ser redefinida por "percepções" ou "imagens" dessa realidade. Essas percepções e imagens são então validadas pela opinião pública. A realidade torna-se um conjunto de opiniões conflitantes validadas por um consenso de massa.

Freud, ao discutir essa transformação em sua "Psicologia das Massas", de 1921, identifica o processo em massas de pessoas como um afrouxamento do domínio do que ele chama de consciência moral ou social (o "Over I" ou "superego", como é mal traduzido em inglês) sobre a natureza mais infantil da pessoa e, portanto, mais animalésca (o Eu e It, ou o "ego" e "id"). Para usar um termo desenvolvido pelos neofreudianos, o indivíduo torna-se mais "direcionado pelos outros", governado pelas opiniões percebidas dos outros e, portanto, mais facilmente manipulado.

A lavagem cerebral na televisão funciona através da manipulação de imagens e percepções para causar uma mudança de paradigma na "mente pública". Ela faz isso através do que as pessoas da televisão chamam apropriadamente de "programação", cujo conteúdo é moldado e ajustado por "analistas sociais".

Vejamos como Walter Lippmann, um dos primeiros praticantes e teóricos da manipulação em massa de opinião, descreve o processo. Lippmann, treinado pelos britânicos na unidade de guerra psicológica em Wellington House durante a Primeira Guerra Mundial e um seguidor de Freud, viria a ser considerado como o mais influente escritor social e político americano da primeira metade do século XX.

Em 1922, após a publicação da "Psicologia das Massas" de Freud, Lippmann escreveu um manual sobre a manipulação da mente pública, intitulado "Opinião Pública". Em seu capítulo introdutório, intitulado "O mundo lá fora e as imagens em nossas cabeças", ele descreve o conceito de opinião pública:

"A opinião pública lida com fatos indiretos, invisíveis e intrigantes e não há nada óbvio sobre eles. As situações a que a opinião pública se refere são conhecidas apenas como opiniões... As imagens dentro da cabeça desses seres

humanos, as imagens deles, dos outros, de suas necessidades, propósitos e relacionamentos, são suas opiniões. Aquelas imagens que são influenciadas por grupos de pessoas, ou por indivíduos que atuam no nome dos grupos, são a Opinião Pública com letras maiúsculas... A imagem dela frequentemente engana os homens em suas relações com o mundo exterior."

Embora a televisão possa mudar algumas opiniões com relativa rapidez, uma mudança de paradigma envolvendo os pressupostos axiomáticos que, em uma sociedade, governam todos os indivíduos que pensam, não ocorre durante a noite; ocorre durante um longo período de tempo, em etapas.

Pense em um perfil da população americana, correlacionando-o com uma audiência de televisão acumulativa.

Primeiro, temos uma geração que nasceu antes do advento da televisão, a geração que lutou na Segunda Guerra Mundial. Eles tinham o conjunto mais forte de valores morais, uma vez que eles foram influenciados pela experiência de guerra e pelos fortes valores morais de seus pais. Eles eram os mais resistentes à lavagem cerebral.

Seus filhos, os "baby boomers"¹⁵ do período 1947-55, foram os alvos especiais da programação de lavagem cerebral, como mostraremos. Eles foram submetidos a lavagem cerebral na televisão durante toda a vida. Todas as gerações seguintes foram totalmente imersas na experiência de lavagem cerebral pela televisão.

¹⁵ "baby boom" – expressão para designar a explosão na taxa de nascimentos ocorrida depois que os soldados voltaram da II Guerra Mundial (NT)

Assim, você tem uma geração mais velha que assiste televisão desde aproximadamente 1950, e sucessivas gerações que passaram a vida inteira assistindo TV.

Agora, você tem pais que foram criados pela televisão, criando filhos, que foram criados pela televisão, que agora estão começando a ter filhos - três gerações sucessivas submetidas à lavagem cerebral na televisão, sem qualquer lembrança consciente de algo diferente.

Com esse perfil em mente, concentre-se no seguinte: O objetivo da programação televisiva é tornar cada geração sucessiva mais infantil, mais animalesca, mais amoral, assim, mudando a estrutura de valores de toda a sociedade. Ao final do processo, os pais dos "baby boomers" tinham adotado todas as suposições fundamentais, infantis, de seus filhos.

A Guerra da Geração Perdida

Os lavadores cerebrais de Tavistock, Fred Emery e Eric Trist, escrevendo há quase 20 anos, identificaram o período crucial neste processo de lavagem cerebral - o ponto em que a geração pré-televisão tentou criar seus filhos do "baby boom", aproximadamente entre 1949-69. Eles observam o seguinte cenário. Ao longo desse período, a audiência infantil da televisão aumentou, especialmente à medida que o número de programas voltados para eles aumentou. No mesmo período, a audiência de adultos aumentou. As crianças, dizem eles, aprenderam com o que viram seus pais fazendo -- assistir televisão tornou-se um comportamento socialmente aprovado.

Mas então algo interessante aconteceu -- a própria televisão tomou o controle, como um pai substituto. As crianças assistiam

para se divertir e eram encorajadas pelos pais a fazê-lo. Eles se tornaram assíduos em ver TV.

As imagens apresentadas na tela eram mais reais, mais poderosas que as do mundo externo. As mensagens apresentadas nos espetáculos tornaram-se mais importantes para as crianças do que as que os seus pais humanos lhes passavam.

As crianças assistiam aos mesmos programas, muitas vezes com seus amigos, e falavam sobre os shows, socializando a experiência. Emery e Trist, citando o trabalho de outros, relatam que a televisão se tornou o "o chefe da banda" para as crianças, o "líder" que elas seguiram.

Todo o processo criou desavenças entre filhos e pais, embora não necessariamente aparentes no início, criando uma crise na unidade fundamental de reprodução, a família. Foi somente quando essas crianças baby boomers atingiram a adolescência, na década de 1960, que o conflito irrompeu. Escrevem Emery e Trist:

"uma geração de crianças cresce com uma dieta de TV, e à medida que os mais ricos ganham aparelhos, vários aparelhos, maior a probabilidade de usá-los como substituto de sua presença com seus filhos. As crianças chegam à adolescência, passam menos tempo assistindo, mas têm uma visão de mundo diferente. Eles desafiam a visão de mundo dos pais, cara a cara..."

Em desafios de gerações anteriores, escrevem Emery e Trist, a autoridade disciplinar da sociedade adulta, em última análise, predominava sobre os valores de seus jovens adultos. Mas desta vez, a sociedade adulta havia perdido sua capacidade de disciplina; os adultos foram infantilizados por sua própria assistência de televisão. A guerra geracional está perdida,

escrevem Emery e Trist, logo que a sociedade mergulha para um novo nível infantil "inferior". O comportamento das crianças - as drogas, sexo, o comportamento anti-social - é desculpado ou, para usar uma palavra de lavagem cerebral, "racionalizado", com a ajuda das mensagens contidas na programação televisiva.

Emery e Trist chegam a uma conclusão surpreendente - A guerra geracional entre a chamada contracultura e a geração que lutou na Segunda Guerra Mundial será o último confronto agudo de valores. Sob a influência da televisão, cada transferência de poder entre as gerações que se sucedem será mais suave. Quando os adultos já são infantis, é mais fácil aceitar o infantilismo da juventude. As crianças, dizem eles, podem ser violentas insanas e anti-sociais, mas ninguém vai afirmar que não é seu direito de ser assim!

Para entender melhor como entramos nessa confusão, vamos ter que voltar o período inicial da televisão na década de 1950, e mostrar como o que você assistia quando criança ajudou a determinar seus valores como um adulto.

Como dissemos, a geração "baby boom" foi a primeira a ser criada pela televisão. Em 1952, já havia 30 milhões de aparelhos de TV nos Estados Unidos; até o final da década, a penetração nos lares americanos foi quase universal. Isso proporcionou a base para a lavagem cerebral em massa, visando especialmente as crianças nascidas a partir de 1949.

É importante entender que os lavadores de cérebro pensam a longo prazo. Eles sabem que é impossível efetuar qualquer mudança significativa nos valores sociais, em nada a não ser em blocos de prazos definidos para várias gerações. Assim, as mensagens apresentados na programação de massa da televisão na década de 1950, foram planejados para "serem reproduzidos"

daqui a uma e duas décadas. Da mesma forma, o que você e seus filhos assistem hoje, moldará a primeira parte do próximo milênio.

Enquanto os lavadores de cérebro pensam a longo prazo, você está sendo induzido a pensar em prazos cada vez mais curtos. Sua atenção está diminuindo quase que diariamente. Por exemplo, o programa de televisão médio de meia hora é dividido em pelo menos quatro segmentos, geralmente com a duração não maior do que cinco a seis minutos cada, com o tempo restante ocupado por comerciais, tema e créditos. Os noticiários de televisão são apresentadas em bloco de 30 segundos, com peças um pouco maiores. A própria natureza da maioria das suas visualizações de televisão torna impossível analisar conceitos difíceis, especialmente desenvolvimentos durante longos períodos de tempo.

Guerra Cultural

Os próprios lavadores de cérebro se enquadram em duas categorias principais. Ambas têm a mesma visão de mundo - o conceito do homem como uma besta, a ser controlado e manipulado como um animal - mas há uma divisão de responsabilidade entre eles. Há pessoas como Emery e Trist e outras em lugares como Tavistock, que criam e analisam mecanismos de lavagem cerebral, que estudam os efeitos desta lavagem cerebral com os chamados perfis e que fazem recomendações sobre como fazê-lo melhor. Eles trabalham como psicólogos sociais e em profissões semelhantes.

Depois, há as pessoas que criam o "conteúdo da ideia" da lavagem cerebral. Elas operam na cultura ou paradigma, como já explicamos - os conjuntos de axiomas que regem a forma como pensamos. Estes são os especialistas em "guerra cultural", que

criam sistemas de valores que, por sua vez, são impostos à sociedade por mecanismos de lavagem cerebral, como a televisão.

No final da década de 1930 e durante a guerra, agentes da Escola de Frankfurt estiveram envolvidos em grandes estudos de programação em massa de rádio, e seus efeitos finais sobre a população. Seu trabalho, com o pessoal ligado a Tavistock, no que ficou conhecido como "Princeton Radio Project", forneceu importante material conceitual para uma posterior lavagem cerebral na televisão.

Um dos principais pioneiros nas técnicas de lavagem cerebral na televisão foi Theodor Adorno, um agente da Escola de Frankfurt e ex-membro do "Projeto Rádio". Adorno compartilhou a visão bestial dos neofreudianos, desenvolvendo, junto com outros associados à rede da Escola de Frankfurt, uma teoria perversa sobre o uso de tecnologia de comunicação para lavagem cerebral em massa. Utilizando o conteúdo apropriado na mensagem, disse Adorno, mídias como televisão e rádio podem ser usadas para que as pessoas fiquem "retardadas à força". Uma personalidade adulta poderia ser reduzida, através da interação com os meios de comunicação de massa, para um estado mais primitivo, tipo primeira idade ou infância.

Em um relatório de 1938, Adorno compara a capacidade de retardamento da mídia existente. Adorno disse: "*O Rádio tem um nível de efeito, mas o filme sonoro é um "retardador" ainda mais poderoso*". A televisão é também outro nível mais poderoso, disse Adorno em 1944:

"A televisão combina a síntese do rádio e do cinema, e somente está paralisada porque as partes interessadas ainda não chegaram a um acordo, mas as suas consequências serão enormes e prometem intensificar

drasticamente o empobrecimento geral da matéria estética...."

Na mente de Adorno e seus "companheiros de viagem", o poder de controlar o novo meio significava o poder de determinar e controlar os valores da sociedade:

"A televisão é um meio de controle psicológico jamais sonhado", escreveu Adorno em 1956.

Nesse mesmo ano, Adorno escreveu um ensaio intitulado "Televisão e os padrões de cultura em massa" onde elaborava as técnicas de lavagem cerebral que poderiam ser empregadas com a televisão. Foi concebido como um livro de receitas e guia de discussão para as pessoas envolvidas com a programação. Para pessoas como nós, vítimas da lavagem cerebral pretendida pela televisão, ele fornece informações sobre como as mensagens na programação podem ser "decodificadas".

Delineando seu estudo, Adorno escreve:

"Investigaremos sistematicamente os estímulos sócio-psicológicos típicos do material televisivo tanto no aspecto descritivo quanto em níveis psicodinâmicos, a fim de analisar seus pressupostos, bem como seu padrão total, e para avaliar o efeito que eles provavelmente produzirão. Este procedimento pode acabar por trazer uma série de recomendações sobre como lidar com esses estímulos para produzir o efeito mais desejável..."

Adorno afirma que, nas imagens apresentadas, toda a programação de televisão contém uma mensagem aberta conforme definido pelo enredo, personagens, etc. e uma mensagem oculta menos óbvia, que é definida pela intenção

principal de quem apresenta as imagens. Essas "mensagens ocultas" são o conteúdo de lavagem cerebral, enquanto a mensagem "aberta" – o enredo, etc. -- é o "portador" desse conteúdo de lavagem cerebral.

A "mensagem oculta" opera na mente de modo a causar conflito de valores durante um período de tempo. Como dissemos antes, o conflito não virá à tona imediatamente, mas ocorre ao longo de intervalos de tempo entre as gerações. A mensagem oculta em um show para uma mudança nas atitudes da maioria da população pode ficar adormecida por 10-20 anos, mas Adorno afirma que "acabará por ser efetivada". Este é o conceito de retroação a que já referimos em outras seções deste relatório.

Aqueles shows inocentes

Para defender seu ponto de vista, Adorno desmascara a mensagem oculta de vários programas do período inicial da televisão.

"*Our Miss Brooks*"¹⁶, uma popular comédia de situação (sitcom), colocou uma profissional treinada, uma professora da escola, contra seu chefe, o diretor. A maior parte do humor, segundo Adorno, derivou de situações em que a professora mal paga tentou organizar uma refeição com seus amigos.

Adorno "decodifica" a mensagem oculta da seguinte forma:

"Se você é bem-humorada, de bem com a vida, perspicaz e charmosa como ela é [Miss Brooks], não se preocupe em receber um salário de fome. Você pode lidar com essa frustração de uma maneira bem-humorada e seu talento e

¹⁶ 1952 - 1956 (NT)

inteligência superiores o colocam não apenas acima das privações materiais, mas também acima do resto da Humanidade."

Esta mensagem será evocada daqui a alguns anos, quando a economia entrar em colapso na forma de um "antimaterialismo cínico". Ela surgiu com uma vingança entre a "geração perdida" dos anos 1960 e a primeira onda da "contracultura".

Generalizando a partir disso, Adorno aponta que é a "tensão social e estresse" que evocam as imagens televisivas como "estereótipos psicodinâmicos", os modelos reguladores e imagens do início da televisão. Quanto mais confusa a vida se torna, "*mais as pessoas se agarram desesperadamente a clichês para trazer ordem ao incompreensível*", diz Adorno.

Outra decodificação de Adorno enfatiza esse ponto. Lembra do programa "*My Little Margie*"?¹⁷ A heroína deste seriado era uma garota bonita que fazia "pegadinhas alegres" com seu pai, que é retratado como bem-intencionado, mas burro.

Adorno diz que a mensagem oculta é a imagem de uma mulher agressiva dominar e manipular com sucesso a figura paterna masculina. Ele prevê que, anos mais tarde, as jovens irão imitar cada vez mais essa imagem da "puta-heroína". Little Margie é a imagem modelo para o movimento feminista dos anos 1960 e 1970 que decolou quando os espectadores de "*My Little Margie*" cresceram.

As mensagens não precisam estar contidas em um único show; elas poderiam ser transmitidas através de uma série de imagens contidas como características primárias ou secundárias dentro de

¹⁷ 1952 - 1955 (NT)

vários shows. Por exemplo, Adorno indica que vários programas apresentavam personagens que eram homens artísticos, sensíveis e efeminados. Tais imagens eram coerentes com noções freudianas de que a criatividade artística se originou de uma repressão ou paixão real homossexual. Esses machos efeminados e sensíveis geralmente se interpõem a outras imagens, mais agressivas, masculinas de machos, como cowboys, que carecem de criatividade.

Reconhecendo o poder psicológico na imagem oculta, Adorno prevê que o "efeminado criativo" encontrará um lugar importante na sociedade. Tais imagens estão florescendo hoje na propagação da homossexualidade em toda a sociedade, e em todas as artes criativas.

A Morte de Deus pela Televisão

Uma das relações fundamentais que definem nossa civilização é a do homem com Deus. Essa relação é mediada pela religião organizada. É a religião que ensina os valores e axiomas da civilização cristã ocidental, que cria no indivíduo a capacidade de julgamento moral que deve gerenciar nossos processos de raciocínio.

Como explicamos em outra seção deste relatório, o nocivo Sigmund Freud, cuja psicologia de massa tornou-se a base para as teorias de lavagem cerebral em massa, odiava toda a crença religiosa, justamente porque diziam ao Homem que Ele era dotado de poderes divinos para aperfeiçoar sua existência. Segundo Freud, essa crença, raiz de nossa consciência moral, colocou o homem em conflito com seus desejos mais infantis, causando com isso as neuroses.

O sistema de Freud e suas variantes na psicologia social devem negar a perfectibilidade da alma, como descrito por Dante pela passagem do Homem no Inferno, através do Purgatório, para o Paraíso. O homem, o animal bípede, não deve aspirar a ser mais do que Ele é, uma besta em guerra consigo mesmo, cujas emoções básicas devem ser reprimidas e controladas.

No início da década de 1950, a maioria dos americanos ainda reverenciava ativamente a Deus nas igrejas e sinagogas. A prática da crença religiosa era uma "suposição axiomática" da vida americana, mesmo que os americanos nem sempre agissem de

acordo com essas crenças. A televisão não poderia atacar isso ativa e abertamente; fazer isso provocaria a ira de uma nação raivosa pelo novo meio, e causaria a perda de seu poder potencial sobre a população.

Assim, os programadores utilizaram uma nova tática - Os programas de televisão tornaram invisível a crença das organizações religiosas; a fizeram desaparecer da tela. Programas de televisão na década de 1950 não mostram quase nenhuma referência a ir à igreja ou a atividades religiosas.

Pense em programas como "Leave It to Beaver"¹⁸ ou "Father Knows Best"¹⁹. Você, por acaso, se lembra daquelas famílias indo à igreja ou discutindo crenças religiosas? Você sabia qual era a fé daquelas famílias? Não, porque eles nunca lhe disseram – Eles nunca discutiram tais assuntos.

Mais importante ainda, quando essas famílias tiveram problemas, elas recorreram a suas igrejas ou seus líderes religiosos como apoio para ajudar a resolvê-los? Nunca. Eles resolviam tudo dentro da família - na ausência de religião organizada ou crenças. A família e seus valores foram assim secularizados, e o que antes se chamavam valores morais e religiosos ficaram conhecidos como valores familiares - uma estrutura secular de crença que nada tem a ver com valores fundamentais da civilização cristã ocidental.

Esta foi a mensagem oculta daqueles chamados shows familiares inocentes dos anos 1950, aqueles que alguns tipos da Maioria Moral e pessoas como Tipper Gore agora mostram como exemplos de uma era de ouro da televisão!

¹⁸ 1957-1963 (NT)

¹⁹ No Brasil "Papai Sabe Tudo" - 1954-1960 (NT)

O florescimento veio no final dos anos 1960, com a nação convulsionada em batalhas sobre valores, desencadeadas pelo conflito do Vietnã. O lavador cerebral de Tavistock Fred Emery observou na época que, ao contrário de períodos anteriores de caos social, no final de 1960, ninguém estava se voltando para a religião organizada para ajudar a encontrar uma saída, para buscar mais valores fundamentais que poderiam unir a sociedade e as famílias problemáticas.

Em vez disso, ele descreve o aumento, especialmente entre os baby boomers desmamados da televisão, de um anarquismo místico que rejeitava toda religião organizada, considerada como falsa e "procurava uma nova definição para Deus." Esta é a "Nova Era", ou a "Era de Aquário", pregada pelos Gurus da Escola de Frankfurt como Herbert Marcuse.

Pesquisas mais recentes feitas pelos pesquisadores populacionais de Tavistock mostram que um número cada vez menor de pessoas dizem que possuem fortes crenças religiosas de qualquer tipo. Uma resposta padrão bastante usada é de uma pessoa dizendo que ela foi criada religiosamente, mas não mais pratica qualquer religião organizada.

Somos Todos Animais

Agora, vamos retornar a atenção para como os programadores criaram uma identidade entre o homem e o animal.

Uma das formas antigas de programação de crianças eram os desenhos animados; muitos daqueles shows eram feitos com apresentadores humanos, tais como Bozo, ou o Circo de Terrytoon de Claude Kirshner. Mas a maioria do conteúdo dos programas de meia hora era 5 ou 6 minutos de desenhos. Grande parte deles foi feita nos primórdios em que os desenhos eram inocentes e bobos,

fazendo com que alguns grupos de pais se queixassem que deveria haver mais conteúdo na programação das crianças.

Mas eles não eram inocentes. Cada desenho retratava animais agindo como se fossem humanos. Estudos com crianças que sempre viam, diariamente, desenhos de televisão, mostram que os meninos perdiam sua capacidade para distinguir a diferença entre a maioria dos animais e a vida humana: O reino animal aparece como espelho da sociedade humana. As crianças identificavam certos animais como heróis e temia outros como perigosos bandidos.

A mesma espécie de desenho era mostrada na matinê de sábado e outras sessões de cinema. Mas crianças iam aos cinemas sempre uma ou duas vezes por semana, por uma hora ou duas. Durante os primeiros 10 anos de televisão, crianças com idade entre 2 a 10 anos assistiam mais horas de desenhos do que gastavam em quaisquer outras atividades. Recebiam mais que uma hora e meia por dia de lavagem cerebral pelos desenhos animados.

Próximo do fim da década, os desenhos animados começaram a invadir a televisão adulta: Yogi Bear (Zé Colmeia) e outros filmes de Hanna-Barbera que eram colocados em formatos de séries semanais, para criar uma audiência habitual e regular. Como alguns programadores previram, esta ação também arrastou audiências de adultos para séries de desenhos animados.

O Rato Miserável

Os mais poderosos shows de crianças eram produzidos pelos Studios de Walt Disney, que tinha anos de experiência na produção de trabalhos de lavagem cerebral em massa dirigido para crianças.

Walt Disney e seu irmão Roy estiveram envolvidos na produção de filmes de propaganda durante a II Guerra Mundial, supervisionados pelo Comitê para Moral dominado por Tavistock. Seu studio foi o primeiro a produzir desenhos animados de longa metragem que incorporavam personagens humanos e animais; Disney reconheceu que o desenho animado, com sua cor e fantasia sobrepujando a realidade, era o veículo perfeito para transportar mensagens para as crianças. Seus filmes, tais como *A Bela Adormecida* e *Branca de Neve*, pretenderam tornar-se experiências universais para gerações de crianças e seus pais, contando mensagens morais que permaneceriam com a criança pela maior parte de sua vida.

Então, não foi surpreendente que o mais popular dos programas infantis da primeira década da televisão fosse o "Clube Mickey Mouse", o qual misturava desenho animado, cinema e interação real entre os personagens humanos e animais.

O "Clube Mickey Mouse" foi uma experiência de lavagem cerebral em massa de crianças pela televisão. Em torno do show era construída uma organização real de clube, a qual, pelo fim da década, tinha mais membros que os Escoteiros e Bandeirantes juntos. Com os sócios surgiram uma revista do clube e outros itens, os quais, por sua vez, levaram a outros grupos de atividades, que usualmente envolviam a compra de algum brinquedo e outros produtos com licença da Disney.

Cada criança em casa, instigada pela televisão, era doutrinada no ritual da sociedade do clube, e impelida a cantar canções junto com o show da TV, com palavras piscando no vídeo, e falar jargões instruídas pelo líder de grupo da televisão. Agiam assim enquanto exibiam suas orelhas de rato, que foram projetadas para identificá-los com uma figura animal, o Mickey Mouse.

No final de cada show, havia um sermão feito pelo líder de grupo, um jovem adulto masculino, que era reforçado pelas declarações dos *Mousekeeters*²⁰ que estavam no palco, cada um deles sendo conhecido somente pelo seu primeiro nome. O sermão usualmente falava da necessidade de honrar os pais e outros membros da família, e fazer coisas boas para as pequenas criaturas e outras crianças menores. Tudo isto era feito enquanto crianças em casa e sobre o palco usavam suas orelhas e pronunciavam a saudação do clube.

Anteriormente houve outros clubes de crianças, em torno de shows do rádio tais como "Captain Midnight", ou de personagens de televisão semelhantes a Roy Rogers ou "Howdy Doody", mas nada na escala do Clube de Mickey Mouse de Disney, e nada organizado em torno da identificação com um animal. Foi imposta às crianças Americanas uma nova religião pagã, e o Deus era um rato!

Os pais nada viam de errado nisso. O rato, através de seu substituto, seu porta voz humano no show, Jimmy, apoiava valores Americanos. As crianças estavam sendo amestradas a respeitarem seus pais, a serem patriotas e agirem com bom comportamento. Os pais estavam felizes em deixarem um rato, ou melhor, a televisão através do rato, mostrar tais valores para uma geração de crianças.

Reflita por um momento em tempos e lugares diferentes. Isso já aconteceu. Houve outra geração de crianças cujos valores foram ensinados a eles numa forma organizada por alguém que não seus pais. A juventude hitlerista do Nazismo Alemão. Eles também

²⁰ Eram as crianças que ajudavam no palco formando um grupo de "defensores". O nome foi uma corruptela de "musketees", significando pois "mosqueteiros do rato" (NT)

tinham seus rituais, seus uniformes e símbolos, e suas canções. Eles também tinham seus líderes, que pregavam sermões. E também eram ensinados a serem patriotas e respeitar seus pais, sempre serem educados e bem comportados. Relembre o que nós já dissemos: o estado e valores nazista sem a roupagem nazista. Mickey Mouse, o Führer? Dá o que pensar, não é?

Os Animais Assassinos

Um dos valores, que foi inserido em várias das séries de aventuras dentro do esquema do "Clube Mickey Mouse" foi a necessidade de proteger as pequenas criaturas e a natureza contra o homem ganancioso, que os destruiria para fazer dinheiro. Temas similares apareceram nas séries "Walt Disney Apresenta" no horário nobre.

Enquanto isso, outros espetáculos de formatos mais padronizados, tais como "Lassie" e "Rin Tin Tin" criaram mais identificação entre as crianças e os animais. Nestes espetáculos, os animais eram os heróis, que muitas vezes derrotavam pessoas más, muitas vezes sem qualquer auxílio de intervenção humana. Em cada caso, o episódio apresentava um jovem menino ou menina, que era protegido(a) pelo animal (nos dois casos citados, cães). Como mais tarde concluíram estudos de lavadores de cérebros, isso tornava mais fácil que as crianças espectadoras se identificassem com as imagens na tela.

Toda esta identificação com o animal, e a confusão da distinção entre o que é humano e o que é animal, retorna uma geração mais tarde na loucura do movimento ambiental.

Agora, estamos em 1990. Estas belas histórias acerca dos pequenos animais fofinhos se tornaram um pouco fora de moda. A média das exibições de filmes sobre a natureza, tanto na TV a cabo, como nas redes, ou na televisão pública, mostram animais

matando outros e copulando. O enfoque na copulação é um pouco restringido pela moral da maioria vigente, porém, eles, aparentemente, pouco acham de errado sobre a violência.

Os novos espetáculos têm a benção e a orientação de vários psicólogos, que tem traçado um perfil das respostas das crianças às chifradas e sexo dos animais. Eles estabelecem abertamente que os espetáculos proporcionam lições para as crianças acerca do comportamento humano, já que os animais meramente refletem o lado sombrio da própria natureza humana.

Eli Rubinstein, um psicólogo trabalhando numa força tarefa da Associação Americana de Psicologia sobre a televisão e a sociedade, declarou que os documentários de violência natural colocam o comportamento humano em contexto. Ele diz que os pais deveriam assistir tais shows com os filhos para que então eles os possam usar construtivamente para "reforçar positivamente o comportamento humano".

Tais espetáculos são especialmente bons para explicar às crianças porque é ruim criar grandes populações. Os lavadores de cérebros dizem que as crianças podem notar que, o crescimento desordenado da população conduz à morte e ao sofrimento.

Então, as próximas gerações de crianças serão conhecidas como boas imitadoras do comportamento animal e das tolices mais desagradáveis. Enfim, atualmente, nós não queremos muitos filhos, não é? E você tolera esta lavagem cerebral e pode até participar delas, como os psicólogos recomendam. Isto é aonde os desenhos animados e Mickey Mouse nos conduziram.

Da próxima vez que você se aproximar de um ambientalista de mais de 35 anos de idade, pergunte se ele ainda tem suas orelhas de rato.

E Justiça para todos

Agora, deixe-nos examinar outra mensagem da lavagem cerebral, justiça, como a executada pelos oficiais da lei, e vemos como a televisão a manipula. Aqui veremos como a mensagem oculta se encaminha para uma progressivamente perspectiva mais fascista.

Na primeira década da televisão, a imagem da sanção legal era transmitida tanto nos westerns, como nós chamados filmes de "polícia e ladrão". As crianças assistiam ambos, visto que passavam no horário nobre e estavam entre os mais populares assistidos pelas famílias.

Geralmente, os oficiais da execução da lei eram os heróis, ou os maiores personagens secundários, que trabalhavam com os heróis para resolver problemas. O xerife, o detetive, ou oficial de polícia eram os "mocinhos", que arriscavam sua vida para proteger os cidadãos de "bandidos" criminosos.

A mensagem simples emitida era "o crime não compensa". Qual era o crime ou atividade criminosa? Qualquer coisa que violava a lei. E quem determinava a lei? Sob que princípios era a sociedade governada pela lei estabelecida? Certamente não sob os conceitos da caridade e justiça contidos na Bíblia ou sob os conceitos de Lei Natural embutida na nossa Constituição. No melhor dos casos, era mostrado que a lei era baseada no contrato social para controlar os piores elementos da sociedade. No pior dos casos, era mostrado que se baseava somente sob forma de justiça equitativa -- "olho por olho". Os estudos do conteúdo de programas em tais exibições, como "Gunsmoke", "Os intocáveis", ou "Dragnet", mostram frequentemente que tal justiça era rápida e final: na maioria das vezes o "bandido" era ferido de morte, sem qualquer julgamento.

Quando a televisão entrou na segunda década, os lavadores de cérebros alteraram o conteúdo da programação. Com os indivíduos da explosão de bebês chegando à adolescência, novos programas começaram a retratar a corrupção na sociedade e no sistema legal. A série "O Fugitivo", por exemplo, apresentava como herói um homem erradamente acusado de assassinato, fugindo da lei enquanto tentava encontrar a pessoa que o incriminou falsamente. Cada episódio mostrava a corrupção na sociedade que o cercava, incluindo advogados e policiais corruptos. Outros programas tinham linhas definidas com a mensagem que o crime era um problema social e que a justiça não poderia ser encontrada dentro do sistema.

Tais imagens, gravadas nas mentes de adolescentes impressionáveis e crianças em crescimento, floresceram durante a revolução contra a ordem social no final da década de 60.

Mais recentemente, a televisão divulga novas mensagens dizendo aos telespectadores que o sistema tornou-se tão corrupto, que a corrupção estava em toda parte: Juízes eram desonestos, policiais eram desonestos, etc. Os heróis dos filmes são agora pessoas que agem fora da lei, que justificam pessoas de qualquer forma, ao estilo de Rambo. Um novo patrulhamento fascista está sendo organizado por tais programas como "Justiça Final" acerca de um juiz que procura destruir pessoas que não consegue condenar em sua corte. A mensagem de lavagem cerebral é: a Lei constitucional é um instrumento que protege somente os criminosos e deve ser abandonada para se encontrar a justiça.

Esta mensagem não encontra contradição nas imagens de 35 anos atrás que habita nos recessos das mentes dos indivíduos da explosão de bebês. Os filmes de faroeste e "polícia e ladrão" dizem

para você que a justiça é definida pelo ditado "olho por olho", e muitas vezes era encontrada no cano de uma arma.

A Revolução Sexual

Finalmente, vamos voltar nossa atenção para um das mais discutidas questões acerca da programação da televisão: a grande difusão do sexo no conteúdo dos programas. Um giro no seletor de canais²¹ mostra claramente que, no tubo, há uma abundância de sexo de todo o tipo que se possa imaginar, e que não é mostrado explicitamente no horário nobre em rede, mas fica implícito no diálogo. Mas nem sempre foi assim. Vamos ver, então, como as imagens tem se deslocado para um nível progressivamente mais degradado.

Voltemos novamente aos anos 50, quando a lavagem cerebral dos indivíduos da explosão de bebês se iniciava. Nos primeiros programas de televisão, não havia representação de qualquer atividade sexual e quase nenhuma discussão da matéria. Os programas antigos supostamente apresentavam situações totalmente familiares, segundo o que agora dizem alguns dos atuais críticos da televisão. Mas a mensagem de lavagem cerebral era mais sutil. Ela não estava contida na imagem visual ou no diálogo.

É importante nós façamos alguma distinção entre "amor" e "sexo". A realidade é que as pessoas encaram o sexo ou atividade sexual quase sempre como um aviltamento das emoções fundamentais de algo mais carnal. Devemos traçar uma distinção entre o que é

²¹ As televisões analógicas possuíam um dispositivo para se sintonizar um canal chamado "seletor de canais". Era uma chave rotativa, que podia ser girada em qualquer direção e a cada posição correspondia a um canal. Na década de 1960 essa chave possuía 13 posições. (NT)

comumente chamado "sexo" ou "amor", e o conceito do amor Cristão, conhecido como comunhão. O Homem, diferente da besta, pode experimentar o amor, no seu sentido mais profundo, separado da ânsia instintiva dos animais, e ser levado ao êxtase por tal amor.

Nesse sentido mais fundamental do conceito do amor ou comunhão não há separação na mente para tais emoções, nenhuma cisão entre emoção e razão. Nesse conceito de amor, como no amor do homem por Deus, que é a emoção fundamental, é o que verdadeiramente torna o homem humano. Dizer que toda sociedade humana é baseada fundamentalmente no amor humano de Deus e de seu semelhante não é incorreto.

Reduzir o amor a uma simples emoção, e reduzir mais até ser atração sexual, é uma degradação do homem. O paradigma Freudiano e todos seus derivativos negam a existência de qualquer tipo de amor que não seja o carnal ou romântico. Qualquer outro tipo de amor é definido como neurótico, o produto de uma negação dos instintos básicos (animal) dos homens. No sistema Freudiano, a comunhão tem sido substituída por Eros, cuja ânsia carnal deve determinar todas as relações humanas.

Não há melhor exemplo da comunhão do que o amor e alegria que um pai experimenta vendo a transformação de seu filho(a) em um ser humano racional. As lágrimas de alegria que vem aos olhos dos pais quando veem um filho compreender alguma coisa pela primeira vez são indicativo de uma experiência emocional profunda. Esta experiência emocional fundamental coloca o homem no contato com sua identidade humana.

O objetivo dos lavadores de cérebros é destruir essa comunhão, usando a televisão como sua arma. Durante um período de

diversas gerações, a televisão vai levar o homem a destruir a Comunhão, e colocá-lo como escravo de Eros.

Como já declaramos, a televisão primitiva não era de nenhum modo sexualmente explícita ou mesmo implícita: A moralidade predominante dentro da sociedade, embora enfraquecida pela atividade hedonista, ainda não toleraria isso. Ao contrário, o que era apresentado eram noções românticas ou nenhuma noção de qualquer tipo de amor. Além disso, estudos feitos durante este período primitivo revelavam que a televisão reforçava os conceitos infantis acerca de que "meninos se encontram com meninas" e "paixão", os quais, por sua vez, reforçavam conhecimento comum entre crianças e adolescentes acerca das relações humanas. A turma da Escola de Frankfurt percebeu que não apresentando nenhum conceito positivo de amor, eles estavam ajudando a criar um cenário em branco, deixando a porta aberta para receber as imagens de maior degradação um pouco mais tarde.

Mas há uma mensagem mais oculta que ataca a comunhão. Emery e outros estudando a televisão primitiva constataram que programas como "Father Knows Better", "Ozzie e Harriet", e "Leave It to Beaver", tinham um efeito secundário sobre os telespectadores infantis. Os pais nesses programas eram retratados como perfeitos, sem falhas. Nenhum problema do mundo real poderia, na verdade, ser solucionado tão perfeitamente. A tensão era então criada entre a imagem dos pais perfeitos que apareciam no vídeo e os pais reais que viviam nos lares das crianças: esses jamais estariam a altura daqueles.

Do mesmo modo, os pais, que assistiam a estes programas com seus filhos, estavam vendo na televisão imagens de meninos que nada eram semelhantes aos reais: Eles eram muitos bons, tão bem comportados, tão respeitosos. Quando tentavam comparar

seus próprios meninos com as imagens das crianças do tubo, eles achavam os seus deficientes.

Os lavadores de cérebros perceberam que essa era a primeira geração cujas imagens de pais e filhos estavam entrando em conflito com a realidade. Chegaram a uma conclusão óbvia: a mensagem da programação da televisão primitiva florescia na guerra de gerações no final dos anos 60, quando a tensão explodiu em fúria e violência.

Quando os indivíduos da explosão de bebês atingiram a adolescência, foram bombardeados com imagens novas, as mais degradantes de amor, e de como fazer amor, as quais eram destinadas a preparar o caminho para as próximas fases da revolução sexual. Há 10 anos, somente, seria impensável colocar na televisão as imagens e situações de "Love, American Style" ou "MASH".

Uma nova imagem começou a entrar em cena: a dissolução do núcleo familiar, a unidade fundamental pela qual a sociedade é reproduzida. No início da década de 1970, programas que apresentavam mães solteiras, casos extra conjugais, adultério, e pessoas vivendo juntas fora dos laços do casamento foram muito difundidos. Sexo e referência sexual estavam em toda parte no horário nobre.

Um estudo foi feito comparando uma semana de programas de horário nobre durante 1975, 1977 e 1978, os quais mostram como rapidamente a lascívia da América estava se expandindo:

"De acordo com ele as relações sexuais aumentavam de nenhuma ocorrência semanal em 1975 para 15 em 1977 e 24 em 1978; alusões sexuais indiretas aumentaram na frequência de cerca de uma por hora em 1975 para 7 em

1977 e para 11 em 1978. Mais dramaticamente, as referências verbais de relações sexuais aumentaram de 2 ocorrências em 1975 para 6 referências em 1977 para 53[!] em 1978..."

Não é apenas a quantidade de sexo mostrada e referenciada na televisão, mas a mensagem que a acompanha. Por exemplo, no período primitivo da televisão, que nós definiremos para os nossos objetivos como antes da temporada de 1969, um estudo feito por uma equipe de pesquisa e publicado no excelente livro fonte "América assistindo TV "(Watching America)", mostrou que 38% dos programas "apresentavam casos extraconjugais como errados". A proporção caiu para 7% depois de 1970. Antes de 1970 nenhum programa era aceitável sem classificação, se retratavam sexo para recreação. No mundo agitado do horário nobre dos anos 70 e 80, 41% dos programas assistidos apresentavam sexo para recreação como aceitável sem classificação (restrição de horário, idade etc), e 33% não fizeram nenhum julgamento moral.

O mesmo livro comenta: *"Na tela da TV, o sexo é habitualmente sem consequências, sem preocupação e raramente uma experiência ruim"*.

As imagens do anos 70 floresceram como vingança nos anos 80 e 90. Há um importante ponto ser dito aqui. Apesar das mudanças nos valores não ocorrerem do dia para noite, elas estão ocorrendo a passos progressivamente mais rápidos. Isto tem a ver com o efeito cumulativo da lavagem cerebral da televisão em uma população cada vez mais amoral e imoral. Com o colapso da moralidade e sua extinção, o indivíduo oferece menos resistência à sugestão.

Os autores de "América assistindo TV" resumem a visão da Televisão de Eros, e qual é a mensagem que a televisão fornece às suas vítimas de lavagem cerebral:

"Hoje a televisão quer falar sobre sexo e dizer a verdade sobre ele de acordo com a visão da verdade pela comunidade de Hollywood. Que a verdade é brutal, que o sexo é importante, que necessita ser tratado em todas as suas expressões, e que retirá-lo do entretenimento popular seria prestar um desserviço a audiência de massa. De fato os reais vilões da programação que se ocupam com os problemas sexuais são... a maioria moral que negaria ao romance sua expressão física natural; que restringe a livre expressão e informações muito necessárias, ou condenam as vítimas sociais desviadas, tais como os gays e prostitutas, que não são diferentes do resto de nós, exceto num aspecto menor de suas vidas sexuais. Assim para o sexo extraconjugal, que é um fato da vida, seria tolice uma diversão popular ignorá-lo ou tratá-lo moralisticamente obedecendo padrões ultrapassados".

Eles apontam que a televisão, com seu poder, não necessita se defender diretamente:

"Como meio líder de entretenimento de massa, a televisão raramente monta barricadas. Ao contrário derruba barreiras uma por uma, estendendo gradualmente os limites da aceitabilidade social".

A eficácia desta lavagem cerebral se reflete em alguns relatórios do Bureau do Censo, baseado nos dados de 1990.

- Cerca de 61% de todos adultos são casados, comparado com 72% em 1970.

- Em 1970, 85% de todas as crianças de menos de 18 anos viviam com os dois pais; agora somente 72% fazem isso. O divórcio é a causa de existirem 37% dos lares com somente um dos pais. Em 33% de lares com somente um dos pais, tal pessoa jamais foi casada.

No assunto do infantilismo que agora assola a sociedade, estes relatórios também mostram que um grande número de jovens com a idade entre 20 e 30 anos continuam vivendo no lar com seus pais, o maior número em qualquer tempo na história recente, seja sozinho ou casado e independentemente de suas circunstâncias econômicas.

Lavagem cerebral por Controle Remoto

Nos primórdios da televisão, os programadores baseados em Hollywood eram diretamente influenciados pelos membros da Escola de Frankfurt. Agora, maioria das pessoas responsável pela programação, redigindo e produzindo programas e determinando qual produção será levada ao ar, estão aproximadamente na faixa de 35 a 45 anos de idade. Em outras palavras, os programadores tiveram seus cérebros "lavados" por 40 anos de programação de televisão! Para usar uma metáfora da televisão, a lavagem cerebral agora é por controle remoto.

Isto é confirmado pelo perfil feito pelos autores de "América assistindo TV". Seu levantamento de uma amostra aleatória das 350 pessoas mais importantes na programação da televisão revela os valores da estrutura moral degradada dos que agora determinam o que você assiste:

- Cerca de 73% desta turma vem tanto do corredor Boston-Washington como da Califórnia.

- Embora 93% tenha uma religião de criação (59% eram judeus), 45% declararam não ter filiação religiosa ou crença em Deus; daqueles que declararam que guardavam alguma fé religiosa, disseram que suas filiações religiosas eram nominais; 93% declararam que raramente ou nunca compareciam aos serviços religiosos.
- Cerca de 75% se descreveram politicamente como de centro esquerda e liberal. Estes "liberais", entretanto, são fortemente adeptos da "livre empresa", e quase todos apoiam o "sistema de economia de livre mercado".
- Cerca de 43% pensam que o sistema Americano de governo e a Constituição necessitam uma "completa reestruturação".
- Cerca de 91% são favoráveis aos direitos irrestritos ao aborto; 80% acreditam que não há nada errado ou anormal acerca da homossexualidade, com 86% apoiando o direitos dos homossexuais de ensinar nas escolas publicas. Mais de 83% pensam que casos extra conjugais estão corretos, enquanto 51% pensam que nada há de errada com o adultério.

Acrescentando, quase todos apoiam a agenda do ambientalismo radical em graus variáveis. Nenhuma pergunta foi feita se acreditavam que o homem era um animal, mas por suas outras respostas conclui-se que suas respostas teriam sido um retumbante "sim".

Finalmente, perguntado quais os grupos teriam maior influência na sociedade Americana, listaram o grupo de consumidores e intelectuais no topo e religiosos no fim da lista. Dois terços

acreditavam que era sua função programar entretenimento na televisão para promover sua agenda social.

Relembrando por um momento aqueles dados do Bureau do Censo sobre a família Americana, que mostrava na forma estatística o colapso da família. Será que você não consegue ver a correlação entre aqueles números e os valores degenerados dos programadores da televisão?

Controle Remoto

Vamos voltar, por um momento, ao conceito de controle remoto. Nos primórdios da televisão, você recebia o que se poderia chamar apropriadamente de lavagem cerebral "prática" – havia aquela equipe da Escola de Frankfurt operando em Hollywood, projetando as mensagens de programação de lavagem cerebral. Mas pessoas como Theodor Adorno perceberam que esse controle rígido nem sempre seria necessário para realizar a tarefa. As mensagens de lavagem cerebral das décadas de 1950 e 1960 foram respostas condicionantes em uma nova geração de programadores que começariam a ter impacto no conteúdo de programação nas décadas de 1970 e 1980.

O conceito operacional é similar ao que Adorno descreve com seu "retardamento forçado". Você cria uma sociedade baseada no infantilismo da maioria dos seus membros; esta sociedade bombardeada pela televisão, torna-se progressivamente mais infantil, mais dissociativa, como aprendemos com Emery e seu colega de Tavistock, Eric Trist. Sob tais condições, os chamado indivíduos criativos, operando dentro do perímetro infantil da sociedade como um todo, produzem novas idéias que mais adiante alimentam os impulsos infantis, carnais dos indivíduos. Isso por sua vez mergulha a sociedade em um novo e mais baixo nível de

pensamento: pessoas tornam-se mais burras, guiadas por líderes criativos burros.

A elite oligárquica, por meio de seu controle sobre as redes de televisão e cabo, bem como os estúdios de Hollywood, e os canais de financiamento da publicidade, mantém toda essa equipe de pessoas criativas em um ambiente controlado. É dessa forma indireta que eles exercem autoridade de veto sobre o que está sendo transmitido.

A comunidade social de pessoas criativas do eixo Nova York-Hollywood funciona no sistema que os lavadores de cérebro chamam de grupo sem líder: eles desconhecem as forças externas reais que os controlam, especialmente desconhecem sua própria lavagem cerebral por 30-40 anos de visualização de televisão. Acreditam-se livres para criar, mas legalmente só podem produzir banalidades.

Em última análise, para obter sua "inspiração criativa", esses criadores de nossa programação de televisão se voltam para sua própria experiência e valores de lavagem cerebral. Um entrevistador perguntou a um produtor como ele determinava o que seria colocado em seus programas. "*Penso no público constantemente*", respondeu ele. Mas quando perguntado sobre como ele sabe o que os atrairia, ele respondeu: "*Eu penso em mim como se fosse o público. Se isso me agrada, eu sempre acho que vai agradar o público.*"

Os autores de *Watching America*, que entrevistaram vários produtores, concordaram com a conclusão: "*O que você vê em qualquer programa de televisão reflete a moral e a consciência das pessoas que tiveram influência nesses programas.*"

O Governo Oculto

O poder que essas pessoas têm sobre nossas mentes e a maneira como funcionam como um "grupo sem líder" foi entendido pelos teóricos originais da lavagem cerebral em massa. Eduard Bernays, sobrinho de Freud, que foi treinado com Walter Lippmann na unidade de guerra psicológica de Wellington House na Primeira Guerra Mundial, escreveu em um livro em 1928 "Propaganda" :

"A manipulação consciente e inteligente dos hábitos organizados das massas é um importante elemento da sociedade democrática. Aqueles que manipulam esse mecanismo invisível da sociedade constituem um governo oculto que é o verdadeiro poder dominante em nosso país.

"Somos governados, nossas mentes são moldadas, nossos gostos são formados, nossas ideias são sugeridas em grande parte por homens dos quais nunca ouvimos falar... Nossos governadores invisíveis, em muitos casos, desconhecem a identidade de seus colegas membros do seu gabinete interno.

"Qualquer que seja a atitude que se tome em relação a essa condição, permanece um fato que, em quase todos os atos de nossas vidas diárias, seja na esfera política ou empresarial, em nossa conduta social ou pensamento ético, somos dominados por um número relativamente pequeno de pessoas... que compreendem os processos mentais e as práticas sociais das massas. São eles que puxam os fios que controlam a mente do público, que controlam as forças sociais e inventam novas maneiras de conectar e guiar o mundo."

Um governo oculto agindo através do poder de lavagem cerebral da televisão para controlar nosso mundo! Parece fantástico, mas depois do que mostramos, é impossível negar. É importante ter isso em mente: alguém é responsável pelo que está acontecendo com você, por como sua moral e sociedade se degeneraram. E eles planejaram para que tudo isso acontecesse!

Decodificando Algumas Mensagens

Agora estamos prontos para aplicar o que aprendemos. É hora de dar uma olhada em alguns programas mais recentes para ver se podemos descobrir como você está sofrendo lavagem cerebral. Veremos se podemos descobrir as mensagens ocultas.

Vamos começar com um fácil. Vamos pegar um dos programas infantis de televisão mais populares, aquele que todo mundo diz que seu filho tem que assistir para se ajustar com sucesso à sociedade: "Vila Sésamo." Você realmente o assistiu? De acordo com o que temos falado, qual é a primeira coisa que se vê? O show é dominado por criaturas semelhantes a animais com características humanas, os famosos Muppets. Seus líderes são "Big Bird" e "Miss Piggy". Uma criança interage com esses bonecos como se fossem objetos reais, criando assim um vínculo entre a criança e as criaturas semelhantes a animais. A mensagem oculta não é tão diferente de alguns dos programas infantis que já discutimos.

Isso já seria ruim o suficiente, mas, comandado por um novo grupo de programadores e psicólogos infantis, "Vila Sésamo" busca pregar diretamente às crianças seu tipo de amoralidade. Os Muppets falam abertamente sobre questões ambientais, enquanto também infundem uma forte dose de "ser bom para a Mãe Terra" no "ensino" do alfabeto e habilidades de leitura. O show também é recheado com música rock, ou "rock infantil" como é chamado.

Mais recentemente, tem usado a "música rap" como uma "ferramenta de ensino".

Tudo isso é vendido para as pessoas em um pacote de publicidade que diz aos pais que "Vila Sésamo" é uma grande instituição ensino. Ele foi incorporado à experiência de sala de aula para crianças da pré-escola, à creche e à escola pública. Mas estudos demonstram que o programa não melhora o aprendizado; em muitos casos, parece inibir a capacidade de compreender ideias mais complicadas. Mais importante, os estudos indicaram que as crianças parecem ficar viciadas no programa, e por esse "vício" tornam-se viciadas em assistir televisão em geral.

Como Neil Postman, um professor da Universidade de Nova York, escreveu em seu livro "Amusing Ourselves to Death", *"Se devemos culpar a Vila Sésamo por qualquer coisa, é fingir que ela é uma aliada da sala de aula... Vila Sésamo não estimula as crianças a amar a escola ou qualquer coisa sobre a escola. Ela as estimula a amar a televisão."*

Alguns dos maiores defensores de "Vila Sésamo" são os mesmos críticos da televisão da chamada direita radical. Eles a atacam porque ela não mostra violência ou sexo, e apoia os valores familiares. No mais recente debate sobre o financiamento da televisão pública, o senador Jesse Helms (R-N.C.) levantou-se para defender o "Big Bird" no plenário do Senado: *"Se alguém quiser saber se Jesse Helms, da Carolina do Norte, vota a favor do Big Bird, eu voto. E eu voto em Vila Sésamo!"*

A maioria dos pais que sofreram lavagem cerebral concorda com o senador Helms. Eles não vêem nada de errado com o show porque "soa" certo para eles - contém a mesma mistura de ruído desagradável que permeia todos os aspectos de suas vidas. E, o mais importante, mantém as crianças ocupadas, enquanto ficam

sentadas olhando para o tubo. Eles até acham um pouco divertidas algumas das suas curtas cenas— de acordo com o que queriam seus produtores, que afirmam que um bom terço de seu público são adultos. Junto com seus filhos, eles transformaram os bens e serviços da "Vila Sésamo" em uma indústria de \$1 bilhão, uma indústria que, ao contrário do resto da economia, está se expandindo a cada ano!

E você nem acha estranho que sua filha de três anos queira crescer para ser como Miss Piggy! Olhe para aqueles olhares vazios na próxima vez que eles assistirem o programa: veja seu filho sofrendo lavagem cerebral!

Ok, vamos ver outro programa. Vamos pegar um daqueles programas mais rebuscados, aqueles que os chamados críticos dizem que são socialmente relevantes. Que tal "The Wonder Years"? Aqui temos uma série sobre como crescer na década de 1960, na perspectiva de um adolescente.

A série se concentra em algum dos horrores reais daquele período? Mostra o caos, as drogas, a destruição, o colapso dos valores sociais de que falamos? Não senhor. Aquela época foi inteiramente maravilhosa, assim nos dizem. Era cheia de problemas simples, tais como se relacionar com a garota por quem você se apaixonou ou o estilo de vida hippie de sua irmã ou como fazer seus pais não serem tão "quadrados". E quando algum problema social entra na série, é tratado com o tipo de moralismo açucarado que tem mais a ver com os atuais valores morais degradados de seus produtores do que com a história confusa dos anos 1960.

"The Wonder Years" é um flashback controlado para fazer com que os jovens do baby boomers pensem que os anos 1960 foram como os controladores mostram. Ao fazer isso, os produtores

colocaram você em contato com suas emoções mais infantis e banais, e fizeram você se sentir nostálgico por elas. A mensagem oculta é: Nestes tempos difíceis, é melhor se apegar às lembranças e valores de seu passado infantil. O programa induz um cara de 40 anos a relembrar uma visão romantizada de sua adolescência, tornando-o muito mais infantil. Pode até fazê-lo ouvir um daqueles álbuns antigos de Jimi Hendrix.

"The Wonder Years" faz parte de um gênero conhecido como programas e filmes de "nostalgia". Eles fizeram um para os adolescentes dos anos 1950, chamado "Happy Days", que foi ao ar nos anos 1970, e sem dúvida farão um para os adolescentes dos anos 1970 no final desta década.

Tente pensar neles de outra maneira. Pense na televisão como uma grande borracha, apagando suas lembranças reais do passado, a verdade de como as coisas realmente eram. Com "a lousa agora limpa", o tubo fornece uma visão distorcida dessa realidade através de um apelo, não à sua mente, mas às suas emoções infantis. Se eles podem fazer a maioria das pessoas acreditar que os anos 1960 foram o que eles retratam na tela, então a televisão criou uma nova realidade, uma nova história .

Vamos dar um último exemplo, um dos programas mais populares: "Os Simpsons". Uma série de desenhos animados sobre uma família com três filhos, sendo o mais velho especialmente detestável e manipulador. Os pais são descritos como egocêntricos e burros, e extremamente banais. As crianças detestáveis, especialmente Bart, são os heróis do show, em torno de quem a trama se desenvolve. Essa é então a imagem dos lavadores de cérebros para a família dos anos 1990: dominada e efetivamente dirigida por crianças detestáveis, quase diabólicas, o que causa algum conflito com os pais banais.

A vida familiar dos Simpsons imita e molda percepções da vida real e banalizada das famílias fora do tubo: a experiência é mediada pela televisão, que explica o que está acontecendo com eles. Em um episódio famoso, o pai, Homer, vê uma reportagem na televisão de que um acidente aconteceu com ele, o que faz com que ele e sua família tentem descobrir se aquilo realmente aconteceu; no final, eles colocam suas vidas em conformidade com a imagem da tela. Como diz Homer, *"As respostas para os problemas da vida não estão no fundo de uma garrafa. Elas estão na TV."*

O programa é popular entre todas as faixas etárias, mas é cultuado por seguidores entre crianças e adolescentes. Bart Simpson é o herói de sua geração, cujo rosto aparece em suas camisetas, cujos maneirismos e expressões de gíria eles adotaram como seus. Mas não apenas as crianças; toda a sociedade aceitou Bart Simpson como modelo, tanto que ele é usado pelo governo para pregar uma mensagem antidrogas. O presidente Bush o cita. Assim como Bill Clinton.

A mensagem oculta de "Os Simpsons" é: Não existe nenhuma real autoridade moral ou adulta neste mundo, exceto a televisão; em tal mundo, são as crianças que devem se afirmar, afirmar seu direito de serem infantis; os pais são impotentes, exceto por força bruta ocasional, para fazer qualquer coisa, menos consentir. É a imagem da sociedade da Laranja Mecânica embalada de uma forma mais palatável; Bart Simpson é o alter ego do brutal Alex.

É a sua vez. Agora, se você se lembra de quando começamos esta seção sobre programação, eu disse que pediria a você em algum momento para ligar seus aparelhos de televisão. Bem, chegamos a esse ponto.

Quero que você ligue seu aparelho durante o horário nobre para um experimento. Quero que veja se consegue encontrar as mensagens ocultas nas séries do horário nobre. Excluindo os noticiários e variedades; os quais veremos em nossa próxima seção. Mas pegue algumas outras séries e veja se você consegue descobrir a mensagem oculta dos lavadores de cérebro. Tente isso com alguns shows. Não se preocupe se cometer alguns erros. Pense no que aprendemos em nosso estudo sobre televisão até agora e faça uma tentativa.

É uma forma de terapia: quando você perceber que está sofrendo lavagem cerebral, sua mente ganhará o poder de descobrir os modos pelos quais isso está sendo realizado. Use sua mente e você começará a se proteger de sofrer lavagem cerebral. Mas tenha cuidado: não deixe a TV ligada por muito tempo! Lembre-se, assisti-la por qualquer período de tempo – por algumas horas – vai te deixar burro. Então desligue-a depois de tentar um pouco de desprogramação.

Quando falarmos novamente, explicaremos como os noticiários da televisão e as pesquisas de opinião impedem que você entenda o mundo.

Apresentando o Noticiário....

Nem vou perguntar se a televisão está desligada. Eu sei que está: eu ficaria muito surpreso se não estivesse, depois do que você aprendeu nas seções anteriores deste relatório. Mas suponho que devo lembrar as regras básicas às pessoas que podem não ter seguido tudo o que dissemos ou que estão entrando neste diálogo neste momento. Como assistir televisão limita sua capacidade de compreensão, exigimos que o aparelho esteja desligado enquanto você se concentra no que estamos dizendo. Então, se houver alguma TV por aí, agora é sua chance de desligá-lo.

Ok, estamos prontos para começar. Nesta seção do nosso relatório, vamos explicar como você sofre lavagem cerebral e é controlado pelas notícias que assiste na televisão.

Tudo é idêntico

"A maioria dos americanos recebe suas notícias da ABC News mais do que por qualquer outra fonte." Assim diz o trailer do noticiário noturno naquela rede. Vamos modificar um pouco a afirmação: A maioria dos americanos recebe suas notícias nos noticiários da televisão mais do que por qualquer outra fonte. Esse é o resultado de pesquisas recentes, mas é verdade há quase três décadas.

Das seis a oito horas por dia que os americanos passam na frente de seus aparelhos de televisão, uma a duas horas são gastas assistindo noticiários ou programas relacionados a notícias. Em média, a maioria das pessoas assiste a, pelo menos, um noticiário

à noite, seja o noticiário da rede nacional ou o noticiário local, e depois assiste a um noticiário geral no final da noite. Uma dona de casa geralmente assiste a um noticiário adicional no início da noite, ocasionalmente deixando o noticiário passar continuamente entre as 17h e 19h.

Estudos de audiência, tão recentes quanto da primavera de 1991, mostram que se o aparelho de televisão estiver ligado durante o jantar entre 17h e 19h, tem mais de 80% de probabilidade de estar sintonizada no noticiário.

A análise do conteúdo das notícias veiculadas nesses horários, tanto dos programas da rede nacional quanto dos noticiários locais, mostra que, de canal para canal, as principais matérias cobertas - os itens chamados principal e secundários são idênticos em todos os aspectos principais. Mudando o canal de um noticiário para outro, também mostra que além desses itens principais, a maioria dos outros itens de notícias relatados são idênticos em conteúdo principal, variando apenas na ordem de apresentação. O texto lido pelos âncoras de noticiários também é surpreendentemente semelhante, assim como as imagens que acompanham o texto.

Onde existe alguma variação, é no que se chama de reportagens ou histórias de interesse humano, e mesmo aí a diferença na cobertura tende a ser pequena. Mesmo a divisão do tempo gasto para cada categoria principal de história no noticiário da rede é idêntica em todas as redes. Um noticiário noturno de 30 minutos consiste em 22 minutos de notícias. Cada rede gasta entre seis e oito minutos em notícias nacionais, quatro e sete minutos em notícias internacionais, sete a dez minutos nas chamadas reportagens especiais e um a dois minutos nas chamadas notícias leves sobre entretenimento ou mídia, etc. Os oito minutos restantes são comerciais.

A composição de todos os noticiários locais é semelhante. Não é de admirar que poucos espectadores possam notar a diferença entre o conteúdo das transmissões das diferentes redes e das estações locais. Quando perguntados em uma pesquisa recente para citar uma diferença, a maioria só conseguiu nomear os diferentes "âncoras" ou locutores esportivos. Pense bem nisso por um momento: todas as noites, aproximadamente no mesmo horário, quase todos os americanos entre 10 e 80 anos assistem à mesma representação do que aconteceu no mundo naquele dia.

Pense no que descrevemos em uma seção anterior deste relatório sobre a Alemanha nazista, sobre sua máquina de propaganda. Agora você pode entender por que o ex-presidente da CBS, o falecido Bill Paley, disse certa vez que a televisão criou a capacidade de "*ser mais Goebbels do que Goebbels*".

O Noticiário, em Resumo

E o que é que todos vocês veem e ouvem, enquanto recebem seu noticiário todas as noites? Um artigo do New York Times no noticiário da televisão local começa com esta descrição: "*Outra noite, outro pesadelo. O adolescente assassino dá lugar ao esfagueador do metrô*". O rosto da mãe chorando se dissolve em um close de uma camisa manchada de sangue. Incêndios domésticos tornam-se infernos furiosos. Complicações de trânsito. Crianças caem das janelas. Bebês morrem por balas perdidas. Caçadas humanas são comuns. "*Ela matou por amor. Detalhes às Seis.*"

Todas as histórias são contadas de forma breve, a maioria não ultrapassando 30 segundos. Uma história longa é passada em um minuto. Locução sobre fotos. Entrevistas curtas, geralmente apenas algumas frases. Um segmento médio de 30 minutos pode

relatar até 40 itens dessa maneira, em um estilo contínuo, quebrado apenas por recursos um pouco mais longos, seguidos por um boletim esportivo e previsão do tempo. O mundo é assim? As imagens e fotos que estão sendo apresentadas são realidade ou apenas uma versão distorcida e editada de algo que o noticiário diz que é realidade? Como se pode saber?

Vamos fazer a pergunta de outra maneira: Dada a forma como as notícias são apresentadas, nesses itens curtos, sua mente já parou para pensar sobre qualquer item? Ou, não seria o caso de você assistir a um noticiário, nunca pensando em nenhum item, apenas absorvendo a informação?

Isso explicaria os resultados surpreendentes de alguns estudos feitos por lavadores de cérebro para traçar o perfil de audiências de noticiários de TV. Eles descobriram que o espectador médio não consegue se lembrar de fatos de qualquer história apresentada, mesmo apenas algumas horas após a transmissão. Em vez disso, os telespectadores se lembram apenas de generalidades vagas sobre o que viram, uma impressão sobre a aparência do mundo, de acordo com o noticiário: *"Houve muitos assassinatos. A economia está indo mal e o presidente não está fazendo nada a respeito. Donald Trump tem uma nova namorada. E, ah, sim, os Mets²² perderam."*

Os itens lembrados referem-se à conexão emocional feita pelo indivíduo com a totalidade do que está sendo relatado. Por exemplo, o medo associado ao aumento do crime, faz com que tais histórias surjam. À medida que as histórias passam de notícias pesadas para interesse humano, a tensão diminui e as conexões

²² O New York Mets é um time de beisebol da Major League Baseball, sediado no distrito de Queens, em Nova Iorque. A equipe está na Divisão Leste da National League (NT)

emocionais infantis assumem o controle. Embora, como já dissemos, a maioria das pessoas pouco se lembre do que viu no todo, elas se lembram relativamente mais das histórias de interesse humano.

Os lavadores de cérebro chamam esse tipo de memória de retenção seletiva. Dizem que a televisão leva as pessoas a paralisar o processamento de sua capacidade de julgamento crítico. Esteja uma pessoa assistindo noticiário ou programas regulares, a combinação de som e imagens coloca o indivíduo em um estado de sonho, o que limita os poderes cognitivos. Nessa condição, uma pessoa pode julgar muito pouco se o que vê e ouve é coerente com sua opinião sobre como é o mundo.

Essas opiniões criadas pelos noticiários televisivos têm tanto poder que vão sobrepujar uma realidade contrária. Pense na transmissão de notícias dessa maneira. Muito provavelmente as histórias de crime eram sobre negros matando negros, ou negros matando brancos. Em um teste controlado, as pessoas viram uma história sobre um homem branco ameaçando um homem negro com uma navalha. Quando solicitados a relembrar o que tinham visto, uma minoria significativa da plateia, tanto negros quanto brancos, de idades variadas, respondeu dizendo que o preto tinha a navalha e estava ameaçando o branco!

A ordenação das reportagens em um telejornal ajuda a programar esse processo de percepção seletiva. A história mais estressante ou assustadora do dia geralmente é colocada em primeiro lugar, seguida por histórias de tensão decrescente. Os lavadores de cérebro dizem que isso codifica essas histórias com uma ordem de importância. Isso não quer dizer que a programação está tentando fazer você pensar sobre o que você está vendo: eles estão meramente estimulando você o suficiente para receber a mensagem que está sendo transmitida. De fato, ao assistir ao

noticiário por todos esses anos, você foi condicionado a esperar esse tipo de ordenação. Você não precisa perder tempo pensando no que é importante, são os primeiros itens que eles relatam, não é? O resto tem pouca importância.

Agora, vamos voltar ao conteúdo do que um espectador viu, ao assistir de uma a duas horas de noticiário. Apenas quatro itens são lembrados, ou mais precisamente reproduzidos. O primeiro item é sobre assassinatos, uma colagem de reportagens sobre violência em assuntos internacionais, com algumas histórias de assassinatos nacionais e locais. Essa é a imagem principal: uma sociedade violenta e degradada.

Em seguida, temos o próximo item sobre o estado da economia nacional e o Presidente: Esta é a principal notícia nacional, reduzida à sua imagem mais simples e amedrontadora. Esta é a imagem secundária veiculada em toda a reportagem, que ressoa com o medo da vida cotidiana.

Em seguida, um grande atração, provavelmente uma história com fotos, que tinha alguma relação com a principal notícia do noticiário local.

Em seguida, uma história de interesse humano ou entretenimento sobre "o Donald", a saga da novela dos negócios de Trump, que foi efetivamente serializada por um período de meses e anos. A mera menção de tais histórias geralmente é suficiente para fazer com que a maioria do público se lembre de algo sobre elas.

Por fim, temos um placar esportivo, indicando a obsessão do espectador por um time local.

Qual é o princípio de ordenação? Imagem primária: visão degradada do homem como animal, matando, assassinando,

estuprando. A violência como modo primário de existência. Imagem secundária: colapso econômico, medo e desesperança, levando a uma sensação de perplexidade. As outras histórias lembradas tratam de obsessões infantis.

Esta, então, é a imagem do homem e sua sociedade plantada nas mentes dos americanos assistindo ao noticiário naquele determinado dia. É assim que os lavadores de cérebro usam o noticiário: não para informar, mas para gravar uma imagem da realidade na mente dos espectadores, que não é questionada nem pensada, mas simplesmente está lá.

O Culto da Opinião Pública

Os lavadores de cérebro entendem esse conceito de gravar imagens em suas mentes. Eles chamam isso de criar opinião pública .

Em uma seção anterior de nosso relatório, nos referimos a uma citação de um livro de Walter Lippmann, o famoso comentarista. Explicamos que Lippmann fizera parte da unidade de guerra psicológica britânica da Primeira Guerra Mundial na Wellington House, que estudava a manipulação da opinião das massas. Lippmann também era um admirador e aluno de Freud, e ficou especialmente impressionado com o livro de Freud, "Mass Psychology". Para essa nossa discussão, novamente chamamos a atenção para a seguinte citação:

"A opinião pública lida com fatos indiretos, invisíveis e intrigantes e não há nada de óbvio sobre eles... As imagens dentro das cabeças desses seres humanos, as imagens de si mesmos, de suas necessidades, propósitos,

relacionamentos são suas opiniões públicas. Estas imagens são postas em prática por grupos de pessoas, ou por indivíduos, agindo em nome de grupos que são a OPINIÃO PÚBLICA, com letras maiúsculas..."

Lippmann diz que muitas dessas imagens são o que ele chama de estereótipos compartilhados, percepções comuns das categorias de coisas: "Todos os negros são como...; todos os italianos são como...; etc." Tal estereótipo é possível, diz ele, porque as pessoas buscam explicações simples para problemas complexos, porque preferem ver cada indivíduo como parte de algum grupo social ou massa. "Todo mundo sabe que todos os alemães são como..." A estereotipagem, que trabalha com preconceitos raciais e outras mazelas e é reforçada pela mídia, torna-se a principal maneira pela qual a imagem do homem é socialmente comunicada entre grupos de homens dentro sociedade.

Lippmann escreveu isso antes do advento da televisão. Seu trabalho posterior discute o potencial do rádio para colocar tais imagens dentro da mente das pessoas. Mas a televisão, com sua capacidade de fornecer mensagens simultâneas de áudio e vídeo, cria imagens ainda mais poderosas e avassaladoras do que o rádio. E a televisão, como dissemos, tem a capacidade de fazer com que alguém pare de analisar criticamente as informações relatadas.

Lembra-se de Hal Becker, o lavador de cérebros do Futures Group, que chama o homem de "homo vazio"? Becker afirma que através do controle do noticiário de televisão, ele pode criar uma opinião pública todas as noites; e através do controle de opinião pública, ele pode manipular a maneira como você pensa e age sobre o mundo em que vive. Ouça o que ele tem a dizer sobre como é fácil formar suas opiniões :

“Os americanos pensam que são governados por alguns burocratas em Washington que fazem leis e distribuem dinheiro. Como eles estão errados. Os americanos são governados por seus preconceitos e seus preconceitos são organizados pela opinião pública... Achamos que tomamos decisões sobre tudo. Somos tão vaidosos. A opinião pública é quem forma nossa mente. Geralmente fazemos o que percebemos que a opinião pública manda o que devemos fazer. Funciona em nosso instinto de rebanho, como se fôssemos animais assustados.”

Antes de discutirmos mais sobre como isso é feito, devemos examinar o que está por trás da afirmação arrogante de Becker de como é fácil manipular você. Para fazer isso, devemos mostrar o quão próximo você realmente age como um animal que ele afirma que você é.

Abortando a Busca da Verdade

Todo o progresso humano é baseado na busca da Verdade eterna. O homem, distinto das espécies animais, foi feito à imagem de seu Criador, o Deus vivo. Ele foi dotado por seu Criador com a Centelha Divina da razão, que lhe dá a capacidade de aperfeiçoar seu conhecimento do universo. O homem busca a Verdade, e em sua busca para descobrir a Verdade, aprende o que é eterno no universo.

À medida que o homem aperfeiçoa seu conhecimento, ele passa a entender algumas coisas que antes acreditava serem verdadeiras que já não mais o são. Mais importante, ele passa a entender as suposições que fundamentam como ele entende as coisas como verdadeiras e que já não mais o são. O homem, usando seu poder de julgamento moral racional, muda voluntariamente as

suposições que fundamentam a maneira como ele pensa. Ao fazê-lo, o homem se torna cada vez mais humano, mais distinto do animal, que não pode raciocinar.

O homem, com seu julgamento moralmente obtido pelos ensinamentos morais da religião judaico-cristã, é compelido a buscar a Verdade como seu objetivo mais elevado. Ao fazê-lo, a religião dá ao homem uma identidade que está além do domínio do culto da opinião pública. O homem deve agir para fazer o Bem, pois entende o Bem em relação à Palavra de Deus. Ele deve responder apenas ao seu Deus e jamais se curvar à opinião pública.

Os lavadores de cérebros e destruidores de mentes do Instituto Tavistock e da Escola de Frankfurt concentraram grande parte de seu poder de fogo em destruir o relacionamento do homem com seu Deus, porque, ao fazê-lo, destroem a capacidade de julgamento moralmente aprendido do homem.

Pessoas como Hal Becker, Fred Emery e Eric Trist, assim como o nocivo Sigmund Freud, e todos aqueles que acreditam que os homens não são diferentes dos animais, devem negar a existência e a relevância de um Ser superior, para tornar todos os homens moralmente insanos.

Freud desprezava a religião organizada, e especialmente a Igreja Católica, justamente porque dava ao homem um propósito moral superior, porque reforçava a consciência moral do homem ao definir uma relação entre o homem e seu Criador baseada na verdade universal. Freud considerava os apóstolos cristãos neuróticos, pessoas que se recusavam a deixar que obra de Deus fosse influenciada pela opinião pública de seu tempo; e delirava, considerando-os pessoas desajustadas, que inventavam histórias para enganar os outros.

Freud e os outros que o seguiram reduziram a religião à ideologia, a uma das muitas opiniões conflitantes sobre como o mundo funciona. Freud afirmou que, em última análise, ela não representaria nenhuma ameaça à sua visão do homem, uma vez que, despojado de seu propósito moral superior, o homem, à medida que a sociedade se tornasse mais perversa e complexa, veria sua religião como um guia ineficaz para sua existência: ela se tornaria uma visão minoritária, uma opinião minoritária.

Os sucessores de Freud, como Trist e Emery, também negaram a existência da Verdade universal e afirmaram profanamente que eles tinham o poder de criar a realidade, ou, mais precisamente, de impor imagens da realidade às mentes soberanas dos indivíduos. Para eles, todo o pensamento do homem é reduzido à opinião individual. A maioria dessas opiniões individuais torna-se a opinião pública que governa o modo de como as massas devem agir.

Neste sistema, o máximo que o homem pode aspirar é conhecer a opinião verdadeira. Isso é o que ele recebe, por uma a duas horas por noite, dos noticiários da televisão. Becker et al veem a televisão, e especialmente o noticiário da televisão, como um deus, um criador de opinião de massa. Emery e Trist compararam assistir televisão a uma experiência religiosa, pela qual o homem recebe o "*logos*²³", o noticiário.

²³ Logos - Para Aristóteles, o logos seria algo mais sofisticado do que um entendimento comum, o logos diferenciaria o ser humano dos outros animais, possibilitando a compreensão do que é bom e do que é mal, do que é benéfico e do que é prejudicial e do justo e injusto no discurso. Logos pode ser "razão" ou "explicação", no sentido de uma lei universal, ou mesmo como significando simplesmente "sabedoria".(NT)

Usando os parâmetros da mesma psicologia de massa freudiana que definiu o experimento nazista de lavagem cerebral, eles entenderam a experiência de assistir televisão como um processo de massa organizado externamente. As pessoas em tais circunstâncias, segundo Freud, tendem a identificar seus próprios pensamentos e desejos com o que percebem serem os pensamentos e desejos dos envolvidos no mesmo processo. Em outras palavras, sua identidade se torna algo moldado pelo que os outros pensam sobre eles e o que eles pensam sobre os outros. Isso é o que os lavadores de cérebro chamam de ser direcionado para os outros – um desejo constante e interminável de agir como você acha que os outros gostariam que você agisse.

A televisão, com a presença avassaladora em sua vida, tanto cria a opinião pública quanto simultaneamente a valida. Pode fazê-lo porque você se tornou tão direcionado a ela que desistiu da busca pela Verdade.

"Se for um fato, eu acredito", diz o homem em um comercial de uma cerveja popular. Foi-lhe dito que esta cerveja é mais popular do que outra marca líder. "Ei, eu vi na televisão", diz ele. "Então é verdade."

Deve ser verdade. Por quê? Porque eu vi na televisão. Como as imagens e os sons dos noticiários da televisão podem mentir? Eles estão bem ali, bem na sua sala de estar. Como diz Becker, *"o mundo está nessa caixa. E está lá todas as noites."* Bem, está realmente lá muito mais do que isso – seis a oito horas por dia.

Este é um poder que o ministro da propaganda nazista Josef Goebbels só podia sonhar, só podia imaginar. Agora, está nas mãos de seus lavadores cerebrais. E ainda assim a maioria de vocês assiste, e mais importante, no caso dos noticiários, aceita o que é apresentado como realidade, a sua realidade.

Realmente, o que é que você sabe?

Vamos tirar de sua cabeça o tubo e as fotos que aparecem nele. Agora, vamos pensar sobre o noticiário de uma perspectiva diferente, para mostrar o quão totalmente você sofreu uma lavagem cerebral.

Em 9 de junho de 1992, Lyndon LaRouche venceu a primária presidencial democrata em Dakota do Norte. Você ouviu isso no noticiário da rede ou nas seções nacionais de seu noticiário local? Nem uma palavra, certo? Certamente, é uma história digna de notícia, quando um homem concorrendo à Casa Branca de uma cela de prisão federal, sendo um prisioneiro político, vence uma primária de um grande partido, mesmo que seja em um estado pequeno e seja no final da temporada primária, com as indicações supostamente bloqueadas.

Mas não era para LaRouche ganhar aquela primária. Portanto, o noticiário da televisão, em todo o país, não deveria noticiá-lo, muito menos exibi-lo. Isso não condizia com o que eles estavam dizendo sobre como pensava a opinião pública acerca do rumo que a campanha estava tomando. Então, a menos que você seja um leitor de um jornal, ou por casualidade tenha visto em uma reportagem on line, você provavelmente nunca ouviu falar sobre isso. O noticiário da televisão sufocou a realidade.

No dia seguinte, com o noticiário da televisão ainda escondendo a vitória de LaRouche, houve um esforço frenético para apagar os resultados. Ao mover alguns votos aqui e ali, foram anunciados novos resultados que colocaram LaRouche em segundo lugar, atrás de Ross Perot; ainda um feito impressionante para LaRouche, mas com Perot vencendo, algo que mais se encaixava nas imagens televisivas da campanha eleitoral da época.

A questão aqui é que o programa de noticiário não faz simplesmente lavagem cerebral em você pelo que escolhe relatar, embora distorcendo o conteúdo e com uma mensagem implícita, como já discutimos. Como sua fonte de notícias mais importante, devido ao que escolhe não relatar e ignorar, limita sua compreensão do mundo.

Vamos considerar outra imagem: imagine colocar sua cabeça em um saco e então alguém descrever o mundo para você lhe dizendo o que está vendo. É assim que o noticiário funciona, e você o tolera e pensa que lhe diz a verdade. Assim acontece com seus vizinhos, porque eles acham que você também faz isso.

Então, se você não viu no noticiário da televisão, não aconteceu. E de qualquer maneira, se aconteceu e não passou no noticiário da televisão, então é porque realmente não era importante. Parece bem infantil e estúpido, não é?

Vamos voltar por um momento para a cobertura do estado da economia. Há um ponto a ser colocado sobre os limites do poder da televisão para anular a realidade. A cobertura do noticiário de televisão pode alterar sua percepção da realidade, mas não pode, como afirma o arrogante Hal Becker, do Futures Group, mudar a realidade. Se algo aconteceu neste mundo, simplesmente porque a televisão não noticiou, não significa que não aconteceu.

Se os noticiários da televisão não informassem que uma avalanche estava caindo em sua cidade, isso não impediria você de ser soterrado por essa avalanche. Você pode ficar muito irritado se algo acontecer com você e as providências que poderia ter tomado e não tomou, se você soubesse disso. Da mesma forma, você ficaria muito zangado se realmente pegasse o noticiário da

televisão mentindo para você, dizendo que algo que você sabia em primeira mão era falso.

Isso é exatamente o que estava acontecendo com a economia. O noticiário da televisão, por um período de vários anos, disse a você que a economia americana estava em boa forma. Isso parecia estar de acordo com o que a maioria das pessoas estava vivenciando: essa era a opinião da maioria sobre o que estava acontecendo na economia.

Mas o colapso da economia não é uma questão de percepção. Pode ser calculado examinando o colapso da produção física de nossas fábricas, fazendas e minas, o colapso da infraestrutura, serviços e tecnologia necessários para apoiá-los. A economia americana, de acordo com esses padrões de medição, está em estado de colapso desde aproximadamente 1972.

Espere um minuto, você diz, isso é impossível, ninguém nunca me disse isso. Bem, isso é verdade - o noticiário da televisão nunca relatou os fatos para você dessa maneira. Em vez disso, eles apresentaram relatórios de indicadores econômicos governamentais distorcidos e aparelhados que pretendiam mostrar exatamente o oposto.

Há cerca de três anos, a realidade começou a aparecer, explodindo com a força de uma avalanche de más notícias: os bancos estavam falindo, as demissões começaram a aumentar e o mercado imobiliário começou a entrar em colapso. O noticiário da televisão ainda não estava relatando a verdadeira extensão do colapso econômico.

À medida que o declínio econômico ganhava força, à medida que mais de vocês eram sufocados sob suas próprias más notícias econômicas, as pessoas que controlam os noticiários da televisão

não tinham uma saída. Ou a cobertura tinha que mudar para estar mais de acordo com as percepções populares atuais da realidade, ou eles enfrentariam uma perda de credibilidade. Foi só neste ponto que a cobertura começou a mudar. Esses relatórios aumentaram sua aparição na TV nos últimos meses, mas ainda não dizem que a economia está em depressão.

Lembre-se do que o homem que assistiu ao noticiário e disse: "*A economia está indo mal e George Bush não está fazendo nada a respeito*". O noticiário da televisão criou essa imagem de pensamento, que é uma percepção mais ou menos precisa, ainda que limitada, da realidade. A partir de cerca de 18 meses atrás, os noticiários noturnos começaram a vincular agressivamente as imagens do colapso econômico – demissões, fechamento de bancos, colapso imobiliário, crise municipal – devido às políticas do governo Bush e a George Bush diretamente.

Pense no passado, cerca de um mês ou dois após o fim da guerra com o Iraque. A partir daí, a imagem de Bush, o novo Herbert Hoover, foi associada ao colapso econômico. Se você se lembra do que dissemos anteriormente, as reportagens de televisão não se baseiam em fazer você pensar sobre o que está acontecendo, mas em fornecer uma imagem da realidade carregada de emoção que serve para impedi-lo de pensar. Bush, para algumas pessoas, agora é considerado objeto de ódio, a causa de seus problemas; para outras, o tolo infeliz; em ambos os casos, ele se torna a causa do colapso econômico.

Tudo isso é necessário para continuar a mantê-lo sob controle, para evitar que você realmente pense no que está acontecendo.

Como seus lavadores de cérebro sabiam quando mudar de marcha? Eles seguiram os resultados da pesquisa. Foi você mesmo

quem disse a eles que a economia estava lhe causando preocupação.

Para quem as pesquisas são feitas

Seus lavadores de cérebro têm traçado o perfil da população americana por quase 70 anos. As pesquisas de opinião pública têm sondado todos os aspectos de sua vida, todos os seus gostos e desejos, para obter um quadro das imagens que se passam dentro de sua mente.

As origens das pesquisas de opinião pública estão na manipulação em massa da opinião pública estudada durante a Primeira Guerra Mundial na Wellington House pelo grupo que incluía Walter Lippmann e Eduard Bernays, sobrinho de Freud. As pesquisas tinham dois propósitos. Primeiro, elas forneceram um perfil detalhado dos preconceitos de uma população-alvo; esses preconceitos, como Lippmann e Bernays explicaram, tornam-se a base para campanhas de lavagem cerebral em massa. Em segundo lugar, os resultados das pesquisas cuidadosamente projetadas, transmitidas à população através dos meios de comunicação de massa, fornecem a base para moldar a opinião.

O pensamento criativo desafia a medição em termos quantificáveis. É impossível chegar a uma correlação estatística que diga a alguém se uma ideia criativa é melhor ou mais apropriada do que outra, se deve ser aceita por outros como útil, importante ou verdadeira.

As opiniões, no entanto, podem ser facilmente catalogadas. Você pode perguntar a um grupo de pessoas como eles se sentem sobre algo, ou se eles acham que tal afirmação é verdadeira. Você tabula os números e chega a uma contagem. Assim, muitos concordam, outros discordam. O maior número torna-se o

consenso, que representa a opinião da maioria. Mas não importando quantas pessoas concordem com algo, isso não o torna verdade.

Uma pesquisa feita no primeiro milênio certamente teria encontrado que a Terra era o centro do universo, como a opinião da maioria, o consenso. Uma pesquisa feita hoje, sob a influência de perspectivas perversas freudianas e outras, pode descobrir que o homem não é diferente da besta ou mesmo que ele é o mais destrutivo de todos os animais. Nenhum dos resultados nada tem a ver com a Verdade, no sentido em que discutimos a Verdade.

Pessoas como Lippmann e Bernays, pesquisadores como George Gallup e Lou Harris, e outros que os seguiram, abandonaram a Verdade como critério de julgamento. Se alguém nega a Verdade Universal, como já explicamos, o próprio conceito de verdade perde o sentido. Se não há nada que seja eterno, nada que seja universal, então existe apenas o que é percebido hoje como verdadeiro. Só existe a opinião como verdade.

Emery e Trist, refletindo o pensamento por trás das pesquisas que governam seu projeto, afirmam que nos últimos 50 anos, a sociedade americana foi unida pelo conceito de que "todos nós nos comportamos de acordo com o consenso". Os americanos são tão dirigidos por outros que não ousariam quebrar este contrato social. Eles devem fazer o que os outros percebem que devem fazer; fazer o contrário causaria dor psicológica. Buscamos o conforto do consenso, dizem eles, "porque dá sentido às nossas vidas". Só podemos avaliar como estamos indo se nos referirmos ao que nos dizem serem normas, e essas normas aparecem, dizem eles, principalmente dos resultados das pesquisas.

Resultados de manipulação

"Se você quer que o povo americano acredite em alguma coisa, tudo o que você precisa é fazer uma pesquisa que diga que é assim e publicá-la, de preferência na televisão." O palestrante é Hal Becker, do Futures Group.

Becker continuou dizendo que ele, e qualquer outro lavador de cérebros, poderia criar uma enquete para mostrar qualquer resultado que ele quisesse. É questão de saber como as perguntas são feitas, disse ele.

Ele está correto ou exagera? É realmente tão simples criar opinião? Vamos fazer um teste. Faremos nossa pequena enquete entre vocês leitores. Eu digo que a maioria de seus compatriotas americanos sofre lavagem cerebral pela televisão. Você concorda? Bem, depois de ler esta série, espero ter apresentado argumentos suficientes para convencê-lo desse ponto. Mas, e se você não estivesse lendo esses artigos? E se alguém na rua ou no metrô chegasse até você e fizesse essa pergunta, sem que você nunca tivesse visto meus artigos? Qual teria sido sua resposta então? Você provavelmente teria respondido que não concordava. Por quê? Porque é sua percepção, validada pelas opiniões dos outros, que os americanos não sofrem lavagem cerebral pela televisão.

Agora, vamos mudar um pouco a pergunta da pesquisa. Dizem a você: de acordo com uma pesquisa recente, 85% de todos os americanos pensam que a televisão é sua principal fonte de notícias verdadeiras. Você concorda? Lembre-se - você não leu meus artigos. O que você responderia? Você provavelmente diria que concorda, sem muita hesitação.

Por que você respondeu assim? Primeiro, pela maneira como a pergunta foi feita: você foi informado dos resultados da pesquisa

que orientaram sua resposta. Disseram-lhe que 85% de seus vizinhos tinham a opinião de que "a televisão era sua maior fonte de notícias verdadeiras". Isso é chamado de efeito comboio e é um dos truques mais comuns dos pesquisadores. Com a pergunta colocada dessa forma, é pouco provável que você tenha pensado sobre o conteúdo da pergunta: se as notícias da televisão são verdadeiras ou mesmo se são a fonte mais verdadeira de notícias.

E, estou certo de que você nunca pensaria que os resultados da pesquisa fossem fraudados. Isso só aconteceria se o conteúdo da pergunta estivesse em forte desacordo com sua percepção da opinião pública. A apresentação dos resultados da pesquisa que define esse consenso tenderia a impedir que isso ocorresse.

Então, acho que você pode notar com que facilidade os pesquisadores podem enganá-lo para validar o que podem ser proposições completamente espúrias. Becker não estava sendo muito arrogante, estava? Ao longo dos anos, desde Bernays e Lippmann, houve mudanças nas tecnologias, tanto na votação quanto na transmissão dos resultados. No entanto, o método básico, conforme definido pela psicologia de massa freudiana, permanece o mesmo: apelar para a parte mais infantil e, portanto, mais animalésca do homem, para, então contornar ou abortar os poderes de raciocínio criativo, guiados pelo julgamento moral.

As perguntas de pesquisa, iniciadas na década de 1920, foram projetadas para descobrir não o que uma pessoa pensava sobre algo, mas quais eram seus sentimentos; tais perguntas, na verdade, ignoram o pensamento e são projetadas para estimular uma resposta irracional e impensada: A opinião verdadeira é, portanto, um estado de sentimento.

Isso se encaixa diretamente no perfil do americano: "simplifique as coisas", manda ele, "meu tempo é curto". Questões

complicadas são reduzidas a simples conjuntos de opções, muitas vezes escolhas críticas, nas quais nenhuma delas é realmente aceitável. Ao manipular as opções, os resultados são facilmente predeterminados.

Vejamos um exemplo de como as pesquisas foram usadas em conjunto com os noticiários da televisão, para alterar a maneira como os americanos pensavam sobre o programa espacial. Em primeiro lugar, vou dar-lhe uma pequena noção do que não foi relatado na televisão.

Em meados da década de 1960, Tavistock, contratado pela NASA, realizou um estudo sobre o efeito do programa espacial na população americana. Para sua consternação, a pesquisa mostrou que o programa espacial havia produzido um número extraordinário de cientistas e engenheiros, que por sua vez difundiam sua visão positiva, seu otimismo cultural, entre setores mais amplos da população. As pesquisas, feitas em uma ampla parcela da população, descobriram que o sucesso do programa espacial produziu uma fé renovada no poder da ciência para resolver problemas, uma visão da sociedade que não via limites para o crescimento ou perspectivas de expansão do domínio humano sobre a natureza.

Tais visões eram contrárias às da elite oligárquica que domina nossa sociedade e que emprega lavadores de cérebro como os que participaram desta pesquisa. Eles não tolerariam uma sociedade americana cuja visão moral estivesse ligada à ideia de progresso científico, com essa ideia de progresso e esperança alcançando todas as camadas da sociedade, desde a força de trabalho qualificada, aos balconistas, às donas de casa, às crianças em idade escolar. Isso ameaçaria desfazer 20 anos de lavagem cerebral na televisão, porque qualquer sociedade cujos valores

sejam moldados pelo progresso humano moral não pode ser facilmente manipulada.

Há evidências para mostrar que este relatório, chamado Rappoport Report, em homenagem ao seu autor de Tavistock, forneceu a base para a decisão de desmantelar o programa espacial no início da década de 1970. Esta decisão foi seguida por um grande número de pesquisas de opinião a respeito da utilidade do programa espacial.

Essas informações são necessárias para ajudá-lo a refletir sobre o que você sabe que aconteceu nesse período em discussão. É importante que você entenda que existe um "governo oculto", como Bernays o chamou em uma citação feita anteriormente, que opera para moldar suas opiniões através da televisão e outras mídias, e através do controle e formação da opinião pública, está destruindo nossa nação e mais de 2.000 anos de civilização cristã ocidental.

Agora, quero que você pense em 1969, nos dias imediatamente após os americanos caminharem na Lua, enquanto milhões os observavam na Terra. Sua resposta imediata a esse evento foi uma grande explosão de orgulho de sua nação, mas ainda mais importante, uma alegria na realização do homem em dar um passo ousado no universo. Isso reforçou sua crença no poder da criatividade humana para resolver problemas fundamentais da ciência e deu a você a confiança de que o futuro para os homens, todos os homens, era realmente brilhante. Você estava otimista.

Mas tudo isso seria mudado. Em breve, aquele pouso na Lua seria eclipsado na mídia por uma grandemente divulgada orgia satânica da contracultura, conhecida como Woodstock; e depois, pelos violentos protestos contra a guerra do Vietnã. Mas tente se concentrar nas semanas imediatamente após o pouso lunar. As

primeiras pesquisas de Harris e Gallup começaram a dizer às pessoas que, na opinião de seus vizinhos, o programa espacial já não tinha mais utilidade.

Foi rotulado como não essencial, com um orçamento muito grande, enquanto havia na Terra programas mais úteis e menos esotéricos esperando financiamento; esses resultados da pesquisa, na época amplamente divulgados na televisão, e antes mesmo que a poeira da caminhada baixasse, foram apoiados por notícias de pobreza e caos no país e as imagens da contracultura, cujos portavozes em Woodstock exigiam o "fim do desperdício de dinheiro" no programa espacial.

Os pesquisadores formularam a pergunta manipulada da seguinte maneira: Aterrissar na Lua foi uma tremenda conquista científica. Mas muitos cientistas dizem que tudo o que o homem fez na Lua poderia ser mais bem feito por máquinas. Dado os enormes déficits orçamentários e a necessidade de gastar dinheiro em programas aqui na Terra para ajudar pessoas carentes, você sente que o programa espacial é essencial ou não essencial em sua forma atual?

Uma maneira estranha de colocar a questão, mas a única maneira de colocá-la para obter os resultados desejados. Se a população americana tivesse sido perguntada, em 1969, se eles apoiavam o programa espacial americano, eles teriam respondido, em grande número, "Sim!"

Em vez disso, a maioria dos americanos confusos, concordando com a primeira declaração sobre a gloriosa realização científica, não tendo certeza sobre a segunda, já que alguns cientistas pareciam questionar o valor do voo espacial tripulado, e se sentindo culpados pela terceira, viram razão para concordar que o programa espacial poderia não ser essencial.

Outras pesquisas questionaram se os americanos estavam dando aos cientistas muito controle sobre suas vidas. Essas pesquisas tentaram afastar o medo bem conhecido, irracional e enraizado que os americanos têm de técnicos; os cientistas que dirigiam o programa espacial que estavam sendo agrupados com os tão odiados intelectuais liberais.

Como os resultados foram reproduzidos ao longo de anos nos noticiários da televisão, os americanos foram condicionados a aceitar cortes profundos no programa espacial, executados pela primeira vez em 1970-71 - embora a maioria dos americanos não acreditasse que tais cortes fossem necessários quando o processo se iniciou!

Opinião instantânea

Agora, cada organização de noticiário da rede tem sua própria operação de pesquisa, ou uma vinculada a um jornal, como o New York Times ou o Washington Post, ou a uma dos operadores nacionais de pesquisa, como Gallup ou Harris. Elas são capazes de fornecer respostas quase instantâneas aos desenvolvimentos de notícias de última hora, permitindo a todos espectadores saber qual é a opinião da maioria sobre o que eles estão mostrando. Dessa forma, você está sendo informado sobre qual deve ser sua opinião adequada sobre um evento ou declaração.

Pense em qualquer evento de notícias recente. Veja as convenções democratas ou republicanas, por exemplo. Enquanto assistia, você recebeu os resultados de uma pesquisa de noticiário da rede que lhe dizia como os americanos pensavam sobre o que estava acontecendo.

Agora, lembre-se de qual foi sua reação a tudo isso. Você ouviu o discurso de Clinton na Convenção Democrata e não ficou impressionado. No entanto, os comentaristas do noticiário, munidos de resultados de pesquisas, disseram que a opinião dos americanos era diferente. Você começou a repensar no que tinha acabado de ouvir: você não é diferente dos seus vizinhos; sua opinião deve estar errada. No final da noite, você começou a pensar que talvez o discurso tenha sido muito melhor do que você achava. Nada havia mudado - exceto que você estava sendo movido para a linha da opinião pública. Na manhã seguinte, quando alguém lhe perguntou o que você achava do discurso de Clinton, você disse aquilo que os resultados da pesquisa haviam mostrado na noite anterior.

E quem determinou essa chamada opinião pública? Os resultados da pesquisa, em geral, são baseados em números muito pequenos de pessoas que deveriam espelhar um quadro de uma população-alvo. O número total de entrevistados nas pesquisas sobre o discurso de Clinton, por exemplo, foi inferior a 1.000.

Pense na sua reação ao discurso novamente. Clinton não disse nada que prestasse: essa foi sua primeira impressão. Mas os pesquisadores não perguntaram às pessoas se ele disse algo importante ou mesmo qualquer coisa. Eles perguntaram se as pessoas achavam que isso ajudaria sua campanha, uma pergunta que não tinha nada a ver especificamente com o que ele disse.

Esses resultados, por sua vez, foram divulgados na televisão como significando que, na opinião da maioria dos americanos, Clinton fez um "bom discurso".

Essas mesmas pesquisas mostram que os americanos têm um fascínio pela apresentação numérica dos fatos nas pesquisas. Os resultados das pesquisas, conforme apresentado no noticiário

noturno, estão entre os segmentos mais populares do programa, e os que as pessoas são mais capazes de repetir em detalhes, de forma fidedigna.

Isso nos leva ao ponto final que queremos mostrar sobre a pesquisas. Em algumas das primeiras grandes pesquisas nacionais feitas pela turma de Tavistock na década de 1930 e início da década de 1940, eles descobriram que os cidadãos independentes, que formavam suas opiniões com base nas opiniões dos amigos, eram mais suscetíveis a acreditar que algo seria mais verdadeiro se fosse apresentado como um fato estatístico.

Os resultados da pesquisa são apresentados como scores de jogos de futebol: há vencedores e perdedores, com as pontuações dizendo quem ganhou e quem perdeu. Estudos mais recentes sobre a resposta das pessoas às pesquisas confirmam isso: na medida em que as perguntas são feitas e colocadas de uma forma que mostra alguém ou algo "ganhando" ou "perdendo", os espectadores tendem a prestar mais atenção aos resultados e se lembrar mais dos resultados relatados.

Recentemente uma pesquisa foi feita perto de Columbus Circle, em Nova York. O pesquisador, prancheta na mão, foi visto se aproximando de alguém em patins, com um Discman Sony plugado em seus ouvidos. O pesquisador tentou fazer suas perguntas, mas era óbvio que não estava sendo ouvido. Finalmente, o pesquisador colocou sua prancheta na frente do rosto da pessoa, e ela assentiu, e estendendo a mão, o dedo estendido, apontou para suas escolhas na prancheta. O pesquisador sorriu, enquanto a pessoa ia embora patinando, sua cabeça balançando ao ritmo da música ecoando em sua cabeça oca. O pesquisador passou para seu próximo entrevistado, alguém deitado em um banco de parque.

Uma pesquisa recente da CBS News-New York Times mostra que a maioria dos americanos aceitará a redução da população mundial em um bilhão de pessoas, relata Dan Rather no Evening News. *"Essa é a verdade!"* Será mesmo?

Como são feitos os Noticiários....

Agora estamos prontos para falar sobre os noticiários em si, para mostrar como eles foram criados para fazer uma lavagem cerebral em você.

Lembre-se de que dissemos que, agora, o americano médio assiste de uma a duas horas de programação de noticiário todas as noites. Essa programação se divide em três categorias e uma categoria suplementar.

- Cada rede tem seu principal noticiário noturno, em horário nobre, geralmente em torno da hora do jantar, por aproximadamente 30 minutos: noticiário noturno da NBC com Tom Brokaw, ABC com Peter Jennings e CBS com Dan Rather. Esses noticiários são complementados por noticiário locais, que duram de uma a duas horas ao longo de uma noite, geralmente divididos entre uma transmissão no horário do jantar e um programa de encerramento da noite. Esses programas podem repetir itens do noticiário noturno da rede, mas também incluem histórias e atrações locais, bem como esportes e clima.
- Além disso, há noticiário e programas de entrevistas transmitidos em vários horários durante a semana. Devemos incluir nesta categoria programas como Meet the Press , ABCs Nightline , Face the Nation e programas similares em um formato básico de entrevistas. O McNeil/Lehrer Newshour na PBS se enquadra nessa

categoria, embora cada programa tenha um resumo de notícias de cinco a oito minutos; o formato básico do programa é entrevista e atrações.

- Uma terceira categoria de programa é a “revista de notícias”, que apresenta histórias sensacionalistas do tipo encontrado em tablóides de supermercado, com uma dose saudável de emocionalismo e assuntos bizarros. O 60 Minutes da CBS se enquadra nessa categoria, apesar de girar em torno principalmente de “notícias impactantes”. Todos os outros programas de revistas de notícias, como o Prime Time Live da ABC, se encaixam com mais precisão na descrição anterior.
- Finalmente, esta programação é complementada por seções do noticiário da rede e cobertura de “eventos de notícias”, como as convenções de partidos políticos.

Ao todo, aproximadamente 10-15 por cento de toda a transmissão de televisão em rede é ocupada com o noticiário, como descrevemos. Esse percentual cresceu nos últimos 40 anos.

No entanto, enquanto alguns dos programas de revistas de notícias, incluindo 60 Minutes, podem atrair grandes audiências com suas histórias de investigações, estudos mostram que os americanos não os consideram uma fonte confiável de notícias. Isso ocorre porque os shows parecem estar defendendo algo, ou como seu vizinho pode dizer, “*eles tem interesses ocultos*”. Tais shows são julgados como entretenimento. Portanto, não deve ser surpresa que “60 Minutes” já tenha sido o programa mais bem avaliado em toda a televisão.

A verdade tranquila

É à rede e aos noticiários locais que os americanos recorrem para descobrir "como é que é isso", como costumava dizer o antigo âncora da CBS, Walter Cronkite. Tais programas, em sua maioria, se esquivam em defender qualquer ponto de vista em destaque.

De acordo com quase todos os estudos feitos sobre o assunto nos últimos 20 anos, os americanos em grande número acreditam que é "a verdade" o que dizem Rather, Brokaw e Jennings, e âncoras locais em todo o país. Realmente, eles acreditam tão fortemente nisso que raramente questionam o conteúdo dos noticiários, raramente pensam que as notícias são distorcidas ou tendenciosas e acreditam que podem distinguir com facilidade suficiente entre conteúdo editorial e reportagem de noticiários para não serem vítimas de doutrinação oculta feito por eles.

Esses resultados da pesquisa refletem o sucesso do noticiário como lavagem cerebral. Tal como acontece com outras programações de televisão que já discutimos, o design do formato, que inclui tanto a organização do material quanto a linguagem usada para descrever esse material, é o produto de anos de estudo de técnicas de persuasão de massa através do uso de meios de comunicação.

Vamos tentar fazer algumas observações gerais sobre os noticiários noturnos. Pense por um momento sobre o que eles têm em comum. Bem, cada um deles tem o que é chamado de âncora que lê a maioria das notícias e apresenta os outros repórteres e histórias. Essas histórias, tanto as que ele lê quanto as outras que ele apresenta, são todas curtas, com a maioria com menos de um minuto e muitas com menos de 30 segundos. Um clipe de um locutor falando, por exemplo, nunca tem mais do que alguns

segundos. Mesmo quando há entrevistas feitas por um repórter, o que é mostrado são sempre algumas frases curtas.

E quanto à linguagem nos noticiários? Com exceção de nomes de pessoas ou lugares que podem parecer estranhos à primeira vista, você já teve alguma dificuldade para entender o que está sendo dito, como pode acontecer, por exemplo, em uma aula na escola ou mesmo ao ler um artigo de jornal? Realmente não: A linguagem é extremamente simples e direta.

E, finalmente, considere a edição do programa: sempre parece que alguém está controlando o que você está vendo e ouvindo, que está sendo editado, roteirizado e dirigido, como se fosse um filme ou outro programa de televisão? Não. O noticiário, apesar de seu conteúdo desconexo, parece todo encadeado, um fluxo natural de informações.

Agora, mostraremos cada um desses recursos de formato - a pessoa do âncora, o conteúdo curto e a linguagem simples e a edição perfeita - vem do estudo de seus pontos fracos mostrados por pesquisas e são projetados para atuar neles.

Durante a Segunda Guerra Mundial, um grupo de lavadores de cérebro ligados a Tavistock, chamado Comitê de Moral Nacional, trabalhou no perfil da população americana. Entre as coisas que analisaram estava o anúncio de vendas de títulos de guerra, tentando descobrir o que persuadia as pessoas a comprar títulos.

Embora os títulos fossem anunciados por celebridades conhecidas, eles descobriram que a celebridade por si só não era motivação suficiente para persuadir as pessoas a comprar. Suas pesquisas mostraram que as pessoas tinham que sentir que não eram vítimas de doutrinação feita por eles, que a pessoa que procurava

comprar títulos não tinha nenhum motivo aparente ou óbvio além de seu desejo de fazer algo de bom para o país.

Este princípio de persuasão desapaixonada, mas sincera, foi estudado mais extensivamente após a guerra. Irving Janis, que havia trabalhado em um estudo supervisionado pelo General Brigadeiro de Tavistock, John Rawlings Rees, que traçou um perfil com as respostas das populações japonesa e alemã ao bombardeio estratégico aliado, o chamado Levantamento de Bombardeio Estratégico, ajudou a produzir um livro, "Comunicação e Persuasão", publicado em 1953, quando a transmissão de noticiário de televisão estava se desenvolvendo. Examinando dados de pesquisas de antes e depois da guerra, o livro conclui que a apresentação de uma mensagem, para ser eficaz, deve ser feita por uma pessoa cujo prestígio não pode ser contestado. O Comunicador de opinião deve dar a aparência de perícia e confiança.

Mais importante, disseram Janis e seus colegas editores, o Comunicador nunca deve dar a impressão de que é sua intenção persuadir os outros a ficar com seu ponto de vista. Citando outros lavadores de cérebro, ele escreveu que a melhor forma de emitir opinião é de maneira casual e sem propósito. Isso diminui a resistência de um ouvinte ou espectador, que de outra forma colocaria defesas mentais quando soubesse que uma pessoa está tentando convencê-lo de algo.

Para comunicar opiniões de forma eficaz, diz Janis, o público deve estar predisposto a aceitar essas opiniões como coerentes com suas expectativas. Uma comunicação tão eficaz não desafia ninguém a pensar, mas persuade a aceitar o ponto de vista do Comunicador como sendo seu.

Ele descobriu ainda que as pessoas eram mais aptas a aceitar uma mensagem se ela fosse apresentada em uma atmosfera de tensão elevada, na qual o nível de tensão fosse elevado e depois diminuído pela comunicação, ou seja, se a mensagem apresentasse conclusões que parecessem diminuir os níveis de ansiedade associada ao que estava sendo relatado. Dessa forma, o Comunicador torna-se a pessoa que “deixa claro o que está confuso, que dá ordem ao caos”. Mesmo a comunicação de notícias ou opiniões negativas não prejudicará a relação entre o Comunicador e sua audiência. Se houver um vínculo positivo entre os dois, Janis diz que o público tenderá a dissociar a fonte das más notícias que ele relata.

Essas observações têm seu fundamento na psicologia de massa freudiana. A relação estabelecida entre o Comunicador e seu público é um vínculo emocional infantil, da mesma forma que uma criança depende de seus pais para julgar o que é correto no mundo exterior. Enquanto a relação se mantiver nesse nível infantil, observa um freudiano ou um neofreudiano, não apresentará um desafio ao que está sendo apresentado.

O que Janis discutiu, bem como o que foi descoberto nos estudos anteriores da Segunda Guerra Mundial, foi incorporado aos formatos dos primeiros noticiários da televisão. O Comunicador tornou-se o âncora do noticiário, uma pessoa cujo relato da notícia deveria ser tranquilizadora e desapaixonada, e que era, pelo menos naquelas primeiras transmissões, alguém que nunca emitia seu próprio ponto de vista. Pesquisas com espectadores desses primeiros noticiários usavam com mais frequência a palavra “confiável” para descrever o âncora do noticiário. Outros acharam que o âncora masculino era uma figura “paternal”, ou mesmo uma figura de “avô”; esse último termo foi frequentemente associado a Walter Cronkite da CBS em seus últimos anos.

Recentemente tem havido algumas tentativas de variar este estilo. Os noticiários locais, por exemplo, tendem agora a apresentar vários âncoras, que conversam entre si e contam piadas. Mas mesmo isso tem precedentes, no popular Relatório Huntley-Brinkley da NBC no final dos anos 1950 e início dos anos 1960, que se tornou o primeiro noticiário noturno de alta audiência.

Dan Rather, o substituto da CBS para "Vovô" Walter, quase perdeu o emprego quando pesquisas mostraram que o público o achava muito histérico e doutrinador. Ele parecia muito nervoso, com as pessoas dizendo que não confiavam nele. Os diretores da rede disseram a ele para se acalmar, ou ele perderia seu contrato multimilionário, quando então ele começou a por suas barbas de molho.

A origem da linguagem de noticiários

"Tentamos manter a simplicidade", disse um produtor local de noticiário comentando a linguagem usada nos noticiários. "Eles querem notícias, não Shakespeare."

Os roteiristas de noticiário são instruídos a carregar suas frases com substantivos, limitar-se a verbos simples e ficar longe de floreios de linguagem. A forma de sentença padrão é a frase declarativa simples. "Cachorro morde o homem" diz o produtor, "Detalhes à seis." Embora as palavras usadas no noticiário tenham alguma semelhança nominal com o idioma inglês, o que você ouve no noticiário noturno certamente não é o belo inglês de Shakespeare, Shelley ou Milton, nem mesmo o inglês de nossos pais fundadores ou Lincoln. É uma linguagem simplificada, que transmite mensagens bastante simplificadas.

É por meio da linguagem que o homem comunica as ideias e os princípios de sua cultura de uma geração para a seguinte. Em

muitos aspectos, o próprio homem é definido pela qualidade de sua linguagem, pois é o meio pelo qual o produto de sua razão criadora, aquilo que o distingue do animal, é comunicado e traduzido em ação efetiva, tanto a nível social quanto individual. É através do uso adequado da linguagem que o homem transforma seu universo, passando a conhecer o que é a Verdade e então agindo sobre essa Verdade de acordo com o livre arbítrio do homem. Dessa forma, o homem muda voluntariamente seu mundo, de acordo com as leis de seu Criador.

O homem requer uma linguagem complexa, que possa transmitir todos os aspectos da Criação, toda a compreensão que o homem tem da lei universal. Usar algo mais simples, é tornar o homem menos humano, limitando sua capacidade de conhecer e compreender.

A linguagem do telejornal é uma linguagem degradada. É nominalista, buscando sempre enfatizar o nome das coisas, e com isso tornar alguém passivo, um receptor, o elemento mecânico, termo que Emery e os outros lavadores de cérebro usam para se referir ao telespectador. Ela não provoca nenhum pensamento criativo, nenhuma tentativa de exercitar a mente, apenas uma ação para imprimir uma imagem no cérebro de uma pessoa.

A linguagem, usada adequadamente, pode dar ao homem uma compreensão dos objetos de pensamento que refletem o conhecimento humano da realidade. Os noticiários de televisão, usando sua linguagem simplificada, nomeiam as coisas e dizem que essas coisas são, de fato, tudo o que existe para definir a realidade. Não há princípio ordenador, nenhum conceito além das imagens e palavras.

Essa linguagem simplificada dos noticiários de televisão tem suas raízes no trabalho linguístico durante a Segunda Guerra Mundial.

Antes da guerra, o linguista britânico C.K. Ogden havia criado uma língua artificial a partir da língua inglesa. Ele o chamou de "Basic English" ou "Basic", e que, muitos intelectuais britânicos, incluindo vários escritores, acharam que não fazia sentido.

Ogden propôs que a literatura clássica, como Shakespeare, Keats e Shelley, poderia ser traduzida para a nova língua, afirmando que a maioria das pessoas não poderia compreendê-los em sua forma atual e complicada. Seus oponentes argumentaram corretamente que tal esforço banalizaria a maior expressão da cultura da língua inglesa.

Enquanto esse debate se alastrava nos círculos intelectuais, as pessoas nos níveis mais altos da oligarquia britânica viam o valor potencial da lavagem cerebral no que Ogden havia feito. Ele havia reduzido todo o idioma inglês a um total de 850 palavras. Usando o "Basic", juntamente com a mídia de massa, um grande número de pessoas poderia receber uma mensagem simples sem que fosse atrapalhada por pensamentos ou sentidos complicados. O Basic, proclamavam seus entusiastas, poderia, portanto, criar uma realidade simplificada: era como colocar uma camisa de força mental no potencial criativo humano.

Quando a guerra começou, pessoas ligadas a Tavistock, envolvidas com o Ministério da Informação, que controlava toda a transmissão e divulgação de notícias, decidiram tentar alguns experimentos sobre a eficácia da linguagem simplificada. A BBC foi solicitada experimentalmente a produzir alguns noticiários em Basic, principalmente para consumo no exterior. Os resultados deste experimento foram cuidadosamente monitorados.

Os envolvidos descobriram rapidamente que, com alguma modificação, a linguagem era ideal para apresentar uma versão censurada e editada da notícia. Uma vez que se prestava a

informações simples e declarativas, elas pareciam ter o caráter de fato, mesmo que a informação relatada fosse fortemente censurada ou mesmo não passasse de propaganda. Os envolvidos com os experimentos e relatórios solicitaram apenas que o vocabulário básico fosse expandido para incluir certos termos de noticiários que eram necessários para fornecer contexto para uma história: "relatórios de agências de notícias", "de acordo com fontes confiáveis", "uma fonte próxima" etc., assim como vários nomes e lugares envolvendo as notícias.

Esses experimentos foram executados em várias seções estrangeiras da BBC, incluindo a seção indiana, que incluía entre seus agentes o escritor de "1984", George Orwell e seu amigo íntimo, Guy Burgess, que mais tarde esteve envolvido no maior escândalo de espionagem soviética do pós-guerra da Grã-Bretanha.

Em setembro de 1943, o "experimento Basic" foi colocado na mais alta prioridade no gabinete de guerra pelo primeiro-ministro Winston Churchill. Em um discurso em Harvard, Churchill anunciou publicamente seu total apoio ao idioma, afirmando que deveria se tornar a língua principal para o esforço de guerra dos Aliados.

"Tais planos (para o uso e introdução do Basic) oferecem prêmios muito melhores do que tirar as províncias ou terras de outras pessoas, ou esmagá-las pela força das armas", disse Churchill à sua audiência em Harvard. *"Os impérios do futuro serão os Impérios da Mente."* Churchill ordenou que um Comitê do Gabinete de Guerra fosse criado para monitorar os experimentos em andamento e discutir maneiras de forçar uma população relutante a usar a nova linguagem.

O relatório do Comitê do Gabinete de Guerra enfatizou a importância do uso dos meios de comunicação de massa, em

particular a BBC e os noticiários da BBC. Entre as recomendações do relatório estava que uma parte substancial da produção da BBC no exterior fosse traduzida para o Basic e que as aulas regulares dele fossem dadas pelo ar.

No final, os envolvidos diretamente com o projeto Basic concluíram ser impossível usar somente o vocabulário restrito de 850 palavras. Eles sustentaram que tinha que ser atualizado com palavras e expressões que refletissem os usos da época atual. Memorandos do Ministério da Informação discutem a necessidade de manter a linguagem atualizada, para conectar as pessoas que ouviam os relatórios. No entanto, principalmente, ela não deveria soar muito rebuscada.

Embora Churchill nunca tivesse abandonado sua defesa pública do Basic, estudos da população britânica revelaram que as pessoas se ressentiam quando tentavam lhes obrigar como deveriam falar. Eles descobriram que é muito mais eficaz alterar o uso da linguagem das pessoas pelo exemplo, ou, ainda mais importante, continuar a usar, sem fazer alarde, o conceito de uma linguagem de vocabulário reduzido nos meios de comunicação de massa, como o rádio.

A insanidade do Basic tenderia a desaparecer rapidamente após a guerra, pelo menos publicamente. Parece, no entanto, que os envolvidos no controle da disseminação de notícias pela mídia de massa levaram a sério estudos de que seria possível vender o conceito de um vocabulário muito reduzido sem a forma rígida e às vezes rebuscada do Basic. Os noticiários de rádio que, antes da guerra, eram compostos de longos comentários descritivos, assumiram os formatos mais curtos tais como são apresentados hoje. As frases longas, com conotações literárias, deram lugar a frases mais curtas, mais diretas e de vocabulário simples.

Mantenha a simplicidade

Desde o início, os telejornais adotaram esse estilo linguístico: frases diretas simples, com um vocabulário muito, muito limitado. Isso se encaixava perfeitamente no novo meio, pois tinha algo que o rádio não tinha – imagens visuais reais. Seus produtores exigiram que os repórteres e, em última análise, os âncoras, deixassem as imagens visuais contarem as histórias. "*Não queremos prejudicar essas imagens, não é?*", disse um dos produtores. "*Temos que deixá-las conquistar as pessoas.*"

A linguagem verbal simplista da televisão é imitada nos jornais. Na medida em que as pessoas ainda leem, a pessoa média pode compreender em não mais do que um nível de sexta a oitava série. Com exceção de jornais como o The New York Times ou mesmo o Washington Post, que ainda tentam atrair as elites dominantes, o jornal médio contém o mesmo vocabulário simplista e estrutura de frases que o noticiário de televisão. Se você não acredita em mim, pegue uma cópia do USA Today e procure você mesmo.

Isso é a realidade da linguagem dos noticiários. Tornou-se tão difundida que quando alguém parece sair desse padrão, quando fala sobre assuntos dignos de notícia de uma maneira condizente com sua importância, usando uma linguagem e estrutura de frases mais alfabetizadas, a maioria de vocês tende a não escutar. "*Estamos tentando garantir que as pessoas que assistem os Simpsons entendam o que estamos dizendo, sem que as pessoas que assistem Masterpiece Theater (na PBS) não fiquem terrivelmente escandalizadas*", disse um produtor de noticiário.

Vamos voltar nossa atenção para o formato do noticiário noturno. Começa com uma introdução gráfica e temática, como qualquer série de televisão. Pode não parecer um ponto importante, mas é.

O noticiário é tratado como qualquer programa de televisão recorrente regular. É como se você estivesse sendo apresentado a uma série de como o mundo é a cada dia. Há personagens recorrentes, como o presidente ou outros “fabricantes de noticiário”, há “mocinhos” e “bandidos”, e há tramas secundárias recorrentes – qual é a última novidade com esse sensacional julgamento por assassinato? Quais são os novos desenvolvimentos da guerra civil na ex-Iugoslávia? E a economia?

Em outras palavras, você está condicionado a assistir ao noticiário, assim como assiste a qualquer série de televisão. Você procura o mesmo tipo de pistas psicológicas – personagens familiares, tramas secundárias recorrentes – que informam o que está acontecendo. No final, tudo se confunde em uma imagem que, em sua cabeça, faz parecer que o mundo é assim. Mas essa não é a imagem completa do mundo e nem chega perto disso: não passa de alguns comentários e imagens generalizadas, de histórias principais e secundárias.

Esse conceito, de mostrar a notícia como serialização, remonta aos primeiros cinejornais. Se quisermos procurar o verdadeiro antecedente do telejornal, são esses cinejornais, com seus curtas, com locução. A partir do final da década de 1930, os mesmos lavadores de cérebro que trabalhariam no design da programação da televisão começaram a traçar o perfil das respostas do público às exibições de noticiários. Eles descobriram que o público não se lembrava de quase nada das histórias se elas não tivessem relacionadas a uma imagem visual altamente carregada de emoção, não importando quantas palavras fossem gastas para descrevê-las.

Outros estudos foram feitos sobre a credibilidade de uma história. Não surpreendentemente, eles mostraram que associar uma pessoa, como o presidente Roosevelt, a uma história tendia a

torná-la mais crível. O que foi surpreendente foi que a credibilidade adicional poderia ser alcançada simplesmente mostrando uma foto de Roosevelt anexada a uma determinada história, sem haver uma citação dele ou mesmo fazer referência passageira a ele no contexto da história. Esse conceito ficou conhecido como validação visual: um público pode ser levado a acreditar em algo com base em suas noções preconcebidas do que ele provém de uma fonte confiável e devido à imagem visual ter mais peso do que a mensagem verbal.

No estudo citado anteriormente, de técnicas de persuasão em massa, editado pelo lavador de cérebros ligado a Tavistock, Irving Janis, ele descobriu que uma opinião deve, sempre que possível, ser apresentada como citação ou citação de fontes autorizadas, como o governo ou outras agências que o público preza muito ou as considera como irrepreensível. Janis também discutiu o efeito da negação da opinião contrária; isso é feito por omissão -- ou seja, simplesmente ignorando outros pontos de vista -- ou usando fontes que têm um alto grau de associação negativa com o público. O uso de adjetivos descritivos que são negativos, se feito de maneira prática, pode alcançar o mesmo efeito.

Outra maneira de atingir o mesmo objetivo é colocar uma história sobre uma pessoa que você deseja associar a uma mensagem psicológica perto de outra história que transmita essa mensagem psicológica. Estudos descobriram que uma notícia sobre um político colocada perto de uma história sobre um assassinato levou o público a ter associações negativas sobre o político, independentemente do conteúdo da história sobre ele.

Todos esses conceitos foram incorporados ao formato da reportagem televisiva. Ela é projetada para colocar certas imagens do mundo em sua cabeça que podem não ter absolutamente nada a ver com como esse mundo realmente é.

Encontrando uma audiência

Mas antes que você pudesse sofrer uma lavagem cerebral pelo noticiário da televisão, eles tinham que fazer você assistir e assistir todas as noites. Esse último ponto é importante. Estudos mostram que as pessoas que assistem ao noticiário todas as noites tendem a se considerar menos confusas do que aquelas que não o fazem. Eles parecem sentir que têm um controle do mundo. Isso leva, indicam os estudos, a uma passividade, a uma disposição de aceitar o mundo "como ele é", com todos os seus problemas.

As pessoas que não assistem ao noticiário, ou que tendem a obter notícias de outras fontes, tendem a questionar mais sobre o que estão sendo informados. Em parte, isso é uma função do próprio meio televisivo: como já dissemos, a televisão, em geral, e os noticiários televisivos em particular, tendem a fazer com que o raciocínio seja paralisado. Uma vez que há pouca lembrança específica e detalhada do que está sendo mostrado e contado, em um momento posterior é difícil questioná-lo, ou mesmo refletir sobre isso.

Então, o primeiro trabalho era conseguir uma audiência. Isso não foi tão fácil. A grande maioria dos americanos lê jornais e ouve o rádio para obter suas notícias. O novo meio parecia apenas replicar as fontes de notícias existentes. Acima de tudo, os primeiros noticiários eram chatos. Eles tinham aproximadamente 15 minutos de duração. Eles misturavam reportagens de eventos internacionais, nacionais e locais com notícias do clima e esportes e histórias de interesse humano.

Os criadores de perfil sondaram as mentes daqueles que assistiram para ter uma ideia do que funcionou e o que não funcionou. Eles descobriram que o clima e os esportes eram itens

sobre os quais os espectadores tinham mais expectativa em ver do que saber se o que estava sendo contado era verdade. A história de interesse humano, por sua vez, era vista como entretenimento, em que a questão da verdade não era importante. Se eles pudessem obter e manter uma audiência, então tais itens criariam uma predisposição para se aceitar os outros itens do noticiário sem questionar.

Naqueles primeiros anos, o noticiário era principalmente uma "cabeça falante", um âncora de noticiário com alguns gráficos como pano de fundo, geralmente a imagem de um locutor referindo-se a uma história. Ocasionalmente, havia alguma informação filmada com narração e de vez em quando uma reportagem externa. Desse modo, os programas se assemelhavam a um noticiário de rádio com fotos.

Se o noticiário da televisão tivesse permanecido nesse nível de tecnologia, o noticiário noturno talvez nunca tivesse decolado. Mas, usando informações de pesquisas, os produtores de noticiário descobriram que a nova mídia tinha mais recursos. Eles poderiam, por meio da cobertura externa ao vivo, trazer às pessoas a cobertura quase instantânea de um evento, enquanto ele estava acontecendo. Isso criou uma sensação de entusiasmo, especialmente se o evento cobria pessoas famosas.

As convenções nacionais de partidos em 1952 foram os primeiros eventos desse tipo que deram à televisão a chance de se firmar. Mais de 50 milhões de telespectadores viram os eventos se desenrolarem diante de seus olhos, com comentaristas do noticiário da rede explicando o que estava acontecendo. Os eventos foram tratados como espetáculo serializado - não para que o público realmente se informasse de alguma coisa sobre o que estava acontecendo, mas para participar de uma experiência de televisão. As notícias foram mostradas como diversão. Como

resultado, uma nova audiência foi criada para a rede e noticiários locais.

Com a audiência em expansão, os controladores de noticiário da rede descobriram um novo poder: eles poderiam criar uma controvérsia quase instantânea e depois cobri-la como notícia. Tanto a cobertura de eventos noticiosos ao vivo quanto o estilo de confronto "câmera na sua cara", inicialmente popularizado em cinejornais de julgamentos sensacionalistas, criaram um vínculo entre o público e o novo meio.

Todo o poder inicial da televisão de jornalismo de ataque foi empregado em 1954 contra um alvo pré-estabelecido, o senador de Wisconsin, Joseph McCarthy, que perseguia os comunistas. Os programadores de noticiários fizeram o ataque final a esse polêmico senador, com as "sabatinas Exército-McCarthy", transmitidas ao vivo, em forma de drama de novela para uma grande audiência nacional, em suas salas de estar ou no bar local. Mas a televisão não era um espectador neutro: passou para o lado vencedor, com entrevistas e outros programas destinados a castigar McCarthy. Liderando o ataque estava o repórter estrela da CBS, Edward R. Murrow, o mais famoso dos primeiros jornalistas de televisão e um produto direto das redes da Escola de Frankfurt.

A televisão, por meio de seus noticiários e comentaristas como Murrow, se gabava de seu triunfo e do serviço prestado à nação. Eles ignoraram o fato de que o novo meio, como todos os outros meios de comunicação de massa, no passado, havia ajudado a impulsionar a carreira de McCarthy, já que, naquela ocasião, os poderes que controlavam as redes o consideravam uma ferramenta útil. Eles ajudaram a criar a opinião pública de que McCarthy era o líder de uma gloriosa cruzada anticomunista. Em uma década, o novo meio havia sido o fator mais importante para

alterar a imagem nacional de um grande personagem político e tornar o telejornal um poder nacional.

Durante esse mesmo período, outros truques estilísticos foram usados para prender a audiência do noticiário. Uma era a chamada "entrevista do homem da rua". Aqui, alguém como você estava sendo solicitado a responder a uma pergunta do tipo enquete sobre um evento do dia. A opinião dessa pessoa foi usada como parâmetro para validar suas próprias opiniões. Mas, ainda mais importante, tais entrevistas ajudavam a reduzir a aparente distância entre o espectador e as notícias, trazendo o espectador, por assim dizer, para dentro da história. Esses truques estilísticos transformaram os noticiários chatos em algo mais imediato, mais emocionante. As pesquisas em meados e final da década de 1950 começaram a mostrar uma preferência por noticiários de televisão sobre qualquer outra forma de reportagem.

À medida que a audiência se expandia, a cobertura jornalística começou a ter um grande impacto na política. Se você não fosse visto nos noticiários, se você fosse politicamente invisível, você não existia. Além disso, se você aparecesse de um modo não simpático, independente do que dissesse ou mesmo do que falavam sobre você, sua carreira era afetada: as pessoas agora esperavam que seus líderes tivessem uma determinada aparência e se não o fizessem, seu prestígio e sua votação caíam.

No início da década de 1960, os noticiários aumentaram para meia hora, enquanto havia cada vez mais transmissões externas ao vivo de notícias de última hora. Os noticiários nacionais abandonaram assuntos do clima e dos esportes, exceto as notícias de última hora nessas áreas, deixando essa cobertura para os noticiários locais. Fora isso, o formato permaneceu basicamente o mesmo.

A maioria dos americanos agora estava assistindo a, pelo menos, um dos três principais noticiários noturnos da rede, bem como uma ou mais versões de noticiários locais. Estudos recentes mostraram que as pessoas que foram questionadas sobre eventos atuais agora respondiam com mais frequência que tinham “ouvido sobre algo” na televisão. Poucos puderam responder a perguntas sobre o que ouviram, mas sabiam que tinham visto no noticiário da televisão. A maioria dos americanos poderia citar um ou mais dos âncoras da rede, que até então se tornaram celebridades. Na verdade, mais pessoas poderiam identificar Walter Cronkite, Howard K. Smith, Chet Huntley e David Brinkley do que seu congressista ou senador!

Viciados em noticiários

Os pesquisadores que traçavam o perfil da resposta do público aos noticiários não se preocupavam mais em perguntar se o espectador achava que o que estavam assistindo era verdade ou não. A questão da verdade não era, de fato, problema algum. Os noticiários da televisão criavam a realidade, pouco importava se aquelas imagens eram verdadeiras ou não, porque as pessoas acreditavam que eram reais e imediatas. Como o lavador de cérebros Emery e outros indicaram, quanto mais uma pessoa assiste TV, menos ela realmente entende, quanto mais ela aceita, mais ela se torna dissociada de seus próprios processos de pensamento.

Em meados da década de 1960, os espectadores nunca questionaram a validade do que estavam assistindo. Fazer o contrário os forçaria a confrontar as notícias, a pensar sobre o que estavam vendo; aceitavam o que viam como coerente com a opinião pública e, portanto, auto validado. Mas Emery e os outros lavadores de cérebro sabiam que a realidade transmitida pelos noticiários da televisão é um mito.

"A televisão é muito mais mágica do que qualquer outro produto de consumo porque torna as coisas normais", escreve Emery sobre noticiários e transmissões semelhantes, "ela empacota e homogeneiza aspectos fragmentários da realidade". Ela constrói uma realidade aceitável (o mito) a partir de ingredientes amplamente inaceitáveis. Quem confrontasse o mito seria como admitir que se era inútil, isolado e incapaz....Ela (a imagem da televisão) se torna a realidade e é a verdade." Emery e outros dizem que, atualmente, nos tornamos viciados em informação.

Estamos viciados nas imagens e sons que, nos parecem, representam a realidade fora de nossas salas de estar. Nós os consumimos como álcool, diz ele, comparando com as drogas. Funcionamos, escreve ele, a partir da suposição básica de que "tudo o que precisamos é de informação...". Os noticiários informam, mas pela natureza da exibição de televisão, eles não podem ensinar ou fazer as pessoas raciocinarem. Em vez disso, o meio desinforma, manipulando percepções, a ponto das pessoas serem incapazes de raciocinar sobre o mundo em que vivem.

Olhando para isso através do prisma da teoria da informação dos lavadores de cérebros, pessoas como Emery descrevem dois tipos de informações sendo apresentadas: as mensagens, ou o que é chamado de informação propriamente dita e o ruído, o equivalente mental da estática nas transmissões de rádio que tende a obscurecer ou mascarar as mensagens. Do ponto de vista de um lavador de cérebros, a ideia de apresentar um noticiário é fornecer ruído suficiente para evitar que o espectador pense nas mensagens.

Veja os noticiários de entretenimento e as revistas de notícias, como ruído neste contexto. Seu caráter sensacionalista e suas histórias banais, apresentadas com grafismos cinematográficos,

contrastam nitidamente com os noticiários mais sérios. Os estudos mostram que poucas pessoas acreditam na maioria ou mesmo em qualquer uma das histórias desses programas, ou acreditam que elas são importantes para suas vidas. Eles os assistem por excitação, uma forma degradante de entretenimento semelhante à pornografia.

Em comparação com o ruído, os noticiários são considerados autoritários. A mensagem deles, a apresentação de uma "fatia diária da realidade", é consumida avidamente pelo público. Nunca é questionado.

Emery e outros previram esse desenvolvimento na década de 1970, afirmando que o noticiário noturno não podia se dar ao luxo de diminuir sua imagem, apresentar opinião própria ou reportagem sensacionalista, sem diminuir sua credibilidade geral. Sob nenhuma circunstância, os poderes que controlam as redes arriscariam tal desenvolvimento. Eles estavam certos.

Mas mesmo o ruído traz uma mensagem. Pense em qualquer um desses programas de tablóides. As histórias giram em torno de sexo e violência. As histórias apresentadas desafiam alguma imagem que você tem da sociedade ao assistir a outros programas ou ao noticiário? A resposta é não. Assim, eles reforçam sua opinião sobre como é o mundo fora da sua sala de estar. É a mesma imagem que você vê na televisão. Esse fato, em parte, explica por que, quando perguntadas por pesquisadores, as pessoas dizem que não lhes foi dito nada que já não soubessem por programas como *Hard Copy* ou *A Current Affair*.

Vamos voltar por um momento. O noticiário da televisão mostra que seu semelhante não passa de uma fera violenta e degradada, assassina, estupradora e destrutiva. Essas imagens pretendem negar qualquer sentido moral superior do homem, que o homem é

criado à imagem de Deus e que toda a vida é sagrada. A violência no noticiário não é nova. Os primeiros noticiários sempre tinham uma seção de reportagens sobre crimes. Mas a partir da década de 1960, a violência tornou-se mais fotográfica e mais chocante.

Milhões assistiram Jack Ruby assassinar o assassino de John F. Kennedy em novembro de 1963, Lee Harvey Oswald. Embora ele não tenha tido julgamento, e agora as evidências indiquem que ele pode ter sido o culpado, na época, as pesquisas mostraram que um número esmagador de americanos se sentiram aliviados pelo assassinato de Oswald.

Mais tarde naquela década, assistimos em cores o sangue que escorria da cabeça de Robert Kennedy enquanto ele jazia mortalmente ferido no chão da cozinha de um hotel em Los Angeles. Mais uma vez, pesquisas feitas imediatamente após o evento, em 6 de junho de 1968, mostraram que os americanos queriam vingança contra o homem que foi preso pelo crime, Sirhan Sirhan.

Enquanto isso, os noticiários da televisão traziam as imagens sangrentas do massacre no Vietnã para as salas de estar. Mais uma vez, não foi a primeira vez que os americanos viram essas imagens nos noticiários. Eles os testemunharam antes em cinejornais durante a Segunda Guerra Mundial. Mas foi a primeira vez que você se sentou e comeu com sua família, enquanto observava jovens soldados e civis morrerem diante de seus olhos.

Agora, vamos pular para 1992 para a cidade de Nova York, uma das cidades mais violentas do país. O noticiário local mostra isso em todos os seus detalhes sangrentos. No caso dos noticiários locais, especialmente, há pouca distinção emocional do seu conteúdo e dos tablóides mais desprezíveis.

Os produtores de noticiários devem "manter as pessoas felizes", dizem eles. Eles mostram violência, sexo e insensatez, porque esse é o mundo. Por trás do impulso para essas histórias está o desejo de mantê-las curtas e rápidas, de maneira a prender a atenção de pessoas que já passaram 40 anos vendo televisão ou crianças que fazem parte da "geração MTV." Simplifique as histórias: violência e crime são simples. "*É o assassinato do dia*", diz um ex-produtor de noticiário.

Todos os dias, a quarta rede, Fox, há muito considerada a líder desse "jornalismo desprezível", tem meia hora de noticiário às 19h, com 25 matérias e três intervalos comerciais. A história principal, o fechamento da loja de departamentos Alexanders, jogando 5.200 pessoas nas filas do desemprego, é longa: dura 2 minutos e 15 segundos. Uma apreensão de drogas em Newark dura 13 segundos. Uma apresentação sobre modelos com mais de 40 anos durou quase o mesmo tempo que um relatório sobre um julgamento de crime organizado. Dezesseis peças cronometradas em menos de um minuto. Depois, vem a previsão do tempo.

Um executivo da Fox diz que o noticiário está tentando apresentar uma visão abrangente do que aconteceu no mundo. Ele aprovou um item de 11 segundos sobre se Boris Yeltsin pode ser alcoólatra. Também é importante ter uma história de "boas notícias", para manter as pessoas felizes, diz ele. Ele acrescenta uma história sobre um menino que recebe um transplante de coração; ela é mostrada em 41 segundos.

Essa é a Fox. E quanto a outra rede, digamos, a NBC? O noticiário das 6 horas da WNBC-TV foi anunciado com chamadas de quatro segundos com: "Pistolas de água levam a um tiroteio em Nova York". A notícia começou com uma reportagem sobre o ator Ben Vereen, sendo atropelado por um caminhão em Malibu, seguida de um pequeno artigo sobre o número de crianças mortas com armas

de fogo. Uma atualização sobre uma greve de ônibus no Queens. Outra atualização sobre a saga de novela de Amy Fisher, uma adolescente de Long Island que é acusada do assassinato da esposa de seu namorado. O programa termina com um artigo sobre um cemitério de animais de Long Island e uma reportagem ao vivo sobre ataques de ursos em Nova Jersey.

Alguém pode encontrar nexos em tal noticiário? Alguém ainda tenta? "*Nós lidamos com uma tonelada de lixo*", disse o repórter sênior da WNBC-TV Gabe Pressman. "*Estamos sempre procurando ser mais ultrajantes e sensacionalistas do que o concorrente? Podemos provocar as pessoas no noticiário das 10 horas?*" É realmente tão diferente no noticiário noturno? O sangue e matança mudam para cenários estrangeiros por um tempo. Um minuto com fotos da guerra civil assassina na Iugoslávia. Meio minuto de um atentado terrorista na Itália. Um assalto a banco mata quatro. Incêndio em Baltimore mata cinco crianças...

As histórias são todas curtas, apresentadas de forma prática. O mundo enlouqueceu, mas é "assim que é", como "Vovô" Walter costumava nos dizer todas as noites. Agora Dan Rather diz o mesmo. Assim como Brokaw. Assim como Jennings. A confusão das chamadas informações não explica nada, não nos ensina nada. As redes de noticiário mais sólidas, como a CNN, apenas relatam mais dessa confusão.

Eu quero que você se lembre de algo que discutimos anteriormente. Lembre-se da descrição da sociedade perturbada no romance "Laranja Mecânica". Há violência e perversão indescritíveis. Ninguém nunca explica como as coisas ficaram assim; ninguém nunca pergunta por que. As pessoas ligam seus aparelhos de televisão todas as noites e assistem quem foi morto ou estupro no noticiário, e expressam agradecimentos por não

terem sido eles ou um ente querido. Eles imaginam que não são seus filhos que estão fazendo todas essas coisas horríveis.

É um modo de vida, deste mundo Laranja Mecânica. "É assim que é", diz um dos jovens punks violentos do romance.

Homem, o inimigo

Agora, pense nisso por um momento. Em toda guerra, há uma imagem do inimigo, o que os alemães chamam de *Das Feindbild*. Na Segunda Guerra Mundial, foi Hitler e o Tojo do Japão; eles eram o inimigo vil que tinha que ser derrotado. Na Guerra Fria, foram os soviéticos e Stalin. No Vietnã, na medida em que uma imagem foi criada, foi Ho Chi Minh e os vietcongues.

Nos últimos 30 anos, você conheceu essas imagens do inimigo assistindo ao noticiário da televisão. A opinião pública gravou em sua cabeça, que deviam ser desprezados, temidos ou odiados. Veja os noticiários de hoje. Quem é o inimigo? É o seu semelhante. É a imagem do próprio homem que os noticiários da televisão estão transformando em "das Feindbild", a fonte de destruição de nossa sociedade.

Quando você vê o último assassinato no noticiário, você sente compaixão pelo assassino, você o vê como um companheiro humano que deu errado e cometeu um ato terrível e pecaminoso? Ou, você simplesmente se associa à imagem da violência e, como resultado, sente raiva e ódio em relação ao seu semelhante, especialmente se ele for negro ou hispânico, porque essas pessoas são o que se mostra como assassinos?

O psicanalista Sigmund Freud, que acreditava que o homem era uma fera, havia dito que o terror da vida cotidiana acabaria

forçando o homem a desistir dos valores de sua religião e a vê-los como a causa de sua neurose. As imagens dos telejornais, especialmente a violência, ajudam a criar o terror que os seguidores de Freud e outros acreditam que conduzirá o homem a esse fim. Pense por um momento: onde está seu senso de amor e caridade cristãos enquanto você assiste ao noticiário? Ele é levado cada vez mais longe de seus pensamentos conscientes, à medida que sua raiva e ódio de seus semelhantes são trazidos à tona. Estamos perdendo a batalha pela alma do homem para um mal pior que Hitler, o aparelho de televisão.

A transformação do esporte em uma religião secular

Tenho certeza de que a essa altura a maioria de vocês já entendeu como o sistema funciona: como assistir televisão diminui sua capacidade de raciocínio e como mantemos o aparelho desligado enquanto discutimos. Então, se ainda não estiver desligado, como espero que esteja, vá até lá e desligue-o.

Nesta seção, vamos discutir a maneira como você sofre lavagem cerebral por assistir esportes e como a televisão facilitou essa lavagem cerebral. Tenho a sensação de que o que vamos dizer pode irritar alguns de vocês, mas tenham paciência comigo e vejam o argumento até o fim.

Podemos ir direto ao ponto: aqueles de vocês que se dizem fãs de um ou mais times de qualquer esporte, seja beisebol, futebol, basquete, hóquei ou de jogadores em jogos mais individualizados, como tênis ou golfe, são viciados a um infantilismo debilitante que reduz seu poder de razão criativa. E é esse poder e apenas esse poder da razão criativa e moralmente aprendida que torna o homem diferente do animal.

Vamos fazer algumas observações preliminares para sustentar nossa tese.

Como afirmamos várias vezes nesta série, o homem é criado à imagem viva de Deus e recebeu de seu Criador a Centelha Divina da razão. É essa qualidade, essa Centelha Divina, em cada um de

nós que nos torna verdadeiramente humanos. Qualquer coisa que reduza nossa capacidade de raciocinar nos torna menos humanos, e mais animal.

Esportes organizados neste país, e especialmente eventos esportivos de nível profissional e universitário, são experiências de lavagem cerebral em massa, exatamente na linha delineada por Gustav LeBon e Sigmund Freud, vista aqui em partes anteriores. Eles fazem a personalidade individual regredir a um estado mais infantil, mais irracional; enquanto assiste a um evento esportivo, uma pessoa se torna parte de uma massa de crianças igualmente viciadas que se fixam em eventos que ocorrem dentro dos limites definidos de um campo de jogo, em um jogo cujas regras são definidas arbitrariamente.

Cada competição esportiva é uma celebração mal disfarçada do que os lavadores de cérebro chamam de agressividade humana instintiva, o mesmo tipo de agressividade que pessoas, como Freud, dizem que prova que você é um animal destinado à destruição. Esses impulsos agressivos e destrutivos, diz Freud, fazem parte da natureza animal do homem. Mais cedo ou mais tarde, o homem deve sucumbir ao poder de tais impulsos, afirmam Freud e os neofreudianos. O propósito da sociedade, segundo Freud, é regular e controlar, através de várias formas de coerção, as explosões dessa bestialidade inata contra a qual a mente humana é, em última análise, impotente. A civilização cristã tem como premissa uma visão da humanidade contrária a essa.

O homem, criado à imagem de seu Criador, procura aperfeiçoar sua existência pelo uso da razão criadora em busca da Verdade; essa é a única definição aceitável de perfeição como um processo humano. A sociedade está organizada para fornecer ao homem os meios para realizar essa tarefa, fortalecendo os poderes da razão criativa e oferecendo a oportunidade ao homem de agir de acordo

com essa razão de maneira eficaz. Apesar de que todos precisam de um corpo em forma para servir ao poder da razão, o exercício e os esportes podem ter alguma utilidade na busca da Verdade pelo homem. Mas a atividade muscular nunca pode ser um substituto para fortalecer os poderes criativos de uma pessoa. A razão moralmente aprendida governa o corpo.

Os esportes modernos, especialmente quando organizados como um evento de espectadores de massa, servem a um propósito contrário. Além de atuar como celebrações ritualizadas da agressividade, os esportes criam uma ilusão de perfeição, se desenrolam dentro dos limites medidos do campo de jogo e de acordo com as regras arbitrárias de um jogo; a perfeição torna-se algo que é quantificado, uma coisa que é medida, que foi separada da relação do homem com a Verdade e com seu Criador.

Os esportes organizados em massa, apresentados e comercializados pela televisão, trabalham assim para minar os conceitos mais básicos da civilização cristã. Com suas pilhas intermináveis de estatísticas, com suas regras arbitrárias, com seu espetáculo de massa, com sua celebração do poder dos músculos e do instinto sobre a mente humana, e com sua adoração de feitos heroicos na ausência de atividade racional, eles criam uma forma de ritual pagão, que se tornou uma religião substituta para a maioria dos americanos.

Então essa é a nossa tese reafirmada: o esporte é uma religião pagã que destrói a mente.

Eu avisei que pode ser difícil para algumas pessoas engolir isso, pois sei como muitos de vocês são viciados em seus esportes. Afinal, se você é um americano, e especialmente um homem americano, você foi criado em uma cultura dominada pelos esportes. Vamos examinar isso. Primeiramente examinaremos a

penetração do vício de assistir esportes em nossa cultura, antes de reexaminar os fundamentos psicológicos da operação de lavagem cerebral em massa.

A guerra esportiva

Como dissemos antes, a lavagem cerebral mais eficaz dos americanos é a do tipo que eles não percebem que está acontecendo, a chamada lavagem cerebral branda. Eu quero que você pense em uma imagem à qual nos referimos anteriormente.

Em fevereiro de 1991, o general Norman Schwarzkopf deu um briefing televisionado internacionalmente sobre a estratégia e as táticas do componente de guerra terrestre da Operação Tempestade no Deserto. Na época, a imprensa comparou o general a um treinador de sucesso do Superbowl, dando uma descrição do plano de jogo que lhe rendeu a vitória.

Schwarzkopf mostrou a guerra como se fosse um jogo de futebol e explicou, em termos de futebol, uma manobra militar clássica de flanco conhecida como jogada "Ave Maria"²⁴. Ele havia explicado primeiro para sua equipe o que estava fazendo usando termos de futebol; reiterou essa mesma explicação ao povo americano. Ele estava falando uma língua – a língua dos esportes – que ele sabia que a maioria dos americanos entenderia.

Na verdade, a maior parte da guerra foi apresentada ao público americano como se fosse um completo evento esportivo para espectadores, com análises de estatísticas que mediam todos os aspectos da luta - o número de mortos, o número de bombas

²⁴ Jogada de futebol americano consistindo de um longo passe no final do jogo, que se der certo pode virar o jogo e dar a vitória a um time que estava perdendo. (NT)

lançadas, o número de balas usadas. Esta era a tabela de desempenho, como o Pentágono e outros oficiais de briefing o chamavam, e como a imprensa, e especialmente os noticiários da televisão, o noticiavam.

No final, o povo americano seguiu o general Schwarzkopf enquanto ele informava o placar: de acordo com os números, nosso time claramente havia vencido, assim como o time de futebol que somar mais pontos ganha o jogo. E assim como em um jogo de futebol televisionado, os propagandistas dos EUA, incluindo Schwarzkopf, tentaram manter os americanos fixados nos eventos no campo de jogo, neste caso a batalha ostensiva entre a coalizão e os exércitos iraquianos.

Ficaram de fora das tabelas de desempenho as terríveis baixas de mulheres e crianças iraquianas inocentes e a devastação da infraestrutura civil vital daquela nação. Tais imagens foram, em sua maioria, até hoje mantidas longe do povo americano para preservar a imagem da guerra limpa travada dentro dos limites do bom espírito esportivo.

Quão bem esta apresentação funcionou? Pense em suas próprias respostas à guerra e ao briefing de Schwarzkopf. Você não se viu torcendo pelo time da casa, pelos americanos e seus aliados? E você não se sentiu exultante quando lhe disseram e mostraram os resultados com mapas e gráficos, da mesma forma que você se sentiria se seu time favorito ganhasse um campeonato como o Superbowl?

Em todo o país, nos mesmos bares onde os televisores exibem o Monday Night Football ou o Basketball Game of the Week, houve relatos de comemorações estridentes após a vitória na Guerra do Golfo, semelhante ao que ocorre quando a equipe da casa ganha esses jogos televisionados. *"Sinto como se tivéssemos vencido o*

Superbowl", disse um frequentador de bar de meia-idade a um repórter naquela noite. *"Não, melhor, como se tivéssemos vencido dois Superbowls."*

Lembre-se de Hal Becker, o lavador de cérebros do Futures Group que desdenhosamente chama todos vocês de "homo, o vazio". Em 1981, ele comentou sobre a experiência da Guerra do Vietnã. A América, disse ele,

"quer um vencedor claro, como em um jogo de futebol. Nossa mitologia do esporte exige isso. Quando não conseguimos um vencedor claro no Vietnã, o apoio à guerra se desfez.... Precisamos ganhar de alguém. Desse modo nossa psique esportiva assume e entendemos o que acontece. Sua vitória é enorme e o placar aparece no noticiário da noite."

Quando uma pesquisa foi feita após a guerra pedindo aos americanos para citar uma figura da história com a qual eles compararam o general Schwarzkopf, poucas pessoas nomearam líderes militares como o general Dwight Eisenhower ou o general Douglas MacArthur. Em vez disso, muitas pessoas nomearam o falecido treinador de futebol do Green Bay Packer, Vince Lombardi, o vencedor dos dois primeiros Superbowls em 1967-68. Lombardi é, entre outras coisas, famoso por uma frase que o general Schwarzkopf admira: *"Vencer não é somente tudo. É a única opção que existe."*

A psique esportiva a que Becker se refere está profundamente enraizada na cultura americana. É por isso que as pessoas entenderam o que o general Schwarzkopf estava falando com sua "jogada Ave Maria" e é por isso que ele mesmo entendeu que devia fazer dessa maneira. Isso se reflete naquela citação de Lombardi sobre vencer. Deveria ser mais apropriadamente

chamado de persona atlética, um tipo mítico de personalidade de massa, cujos valores são determinados pelas lições dos campos de jogo.

Nosso vício em esportes

Quero agora me concentrar na penetração em massa dos esportes em nossas vidas. E aqui a televisão tem desempenhado um papel crítico. Embora nossa cultura dominada pelo esporte não tenha começado com a era da televisão há cerca de 40 anos, ela foi transformada e universalizada pela televisão. Por um lado, a grande quantidade de esportes se expandiu exponencialmente nesse período, bem como a facilidade com que se pode participar como espectador de um evento esportivo.

Vamos dar uma olhada em alguns números básicos. Das 6-8 horas que cada americano assiste à televisão por dia e das 42-56 horas que assiste por semana, estima-se que pelo menos 6-8 horas envolvam programação esportiva. Obviamente, há muitas pessoas na sociedade que têm menos interesse em esportes televisionados; as mulheres, por exemplo, são mais viciadas em suas novelas do que em esportes, então o número médio de espectadores é enganoso.

Entre um segmento considerável da população, especialmente a população masculina que é viciada em esportes, o número de horas por semana dedicadas a assistir esportes será em média bem superior a 16 horas. Vamos colocar isso de outra forma. Entre esse segmento da população, que é demograficamente adolescente a homens de meia-idade, uma pessoa passa o equivalente a um dia inteiro acordado, todas as semanas, assistindo esportes.

Mas o vício é ainda pior, porque entre o segmento da população mais viciado, os números podem ser ainda maiores: 30 horas por semana ou até mais poderiam ser gastas em frente ao tubo assistindo seus times favoritos.

Parece impossível? Pense nisso: você é fã do time de basquete local e do time de futebol local, e também do time de hóquei local. Cada um dos jogos dessas equipes é transmitido em rede ou outra televisão gratuita ou a cabo (a maioria dos fãs de esportes tem antenas a cabo ou satélite que tenham acesso a canais a cabo por esse motivo). Seu time de futebol joga uma vez por semana durante a temporada, em um jogo que dura entre 3-4 horas; seu time de basquete joga de 3 a 4 jogos por semana em jogos que duram em média 2 a 3 horas; seu time de hóquei joga um número semelhante de jogos em média cerca de 3 horas.

As próprias temporadas se sobrepõem. Haverá alguns conflitos quando os jogos em um determinado dia ocorrerem no mesmo horário ou se sobreporem, mas é fácil ver que há pelo menos 20 horas de visualização de esportes facilmente possíveis apenas no que estamos discutindo. Mas se você é um verdadeiro fã, então você não pode perder o jogo Monday Night Football, mesmo que seu time não esteja jogando; e você também pode querer assistir a um jogo de futebol universitário "importante" no sábado à tarde e talvez até o segundo jogo da rodada dupla de futebol profissional no domingo.

Nada do que estou descrevendo é absurdo para o viciado "normal" em assistir esportes. E quando você soma tudo, você chega a cerca de 30 horas por semana passadas em frente à televisão assistindo a eventos esportivos. Estamos excluindo desses números uma pessoa que comparece a um evento esportivo, pois se ele estiver presente provavelmente não estará assistindo ao jogo na televisão - embora tenha havido um número crescente de

pessoas que trazem seus televisores "Watchman" da Sony aos jogos.

Eliminando também esportes extremamente populares como golfe, tênis, luta livre e boxe, e concentrando-se nos que são considerados os principais esportes – beisebol, futebol, hóquei e basquete – os lavadores cerebrais que traçam o perfil da população americana descobriram que existe o que parece ser um vício universalizado em assistir todos esses esportes.

A maioria dos torcedores assistirá a todos os esportes citados, com a possível exceção do hóquei, que ainda carece de franquias e, portanto, de torcedores em muitas partes do país. Esse processo de universalização é resultado de uma proliferação de equipes financiadas pela televisão e uma audiência de massa criada pela televisão.

Esportes e televisão

No início da era da televisão, em 1950, havia apenas um esporte verdadeiramente nacional, o beisebol, que tinha uma temporada de 152 jogos, de abril a outubro, quando é disputada a World Series, para 20 times divididos em duas ligas. A Liga Nacional de Futebol teve uma programação de setembro a dezembro, com um único jogo do campeonato. A National Basketball Association (NBA) tinha muito menos equipes do que hoje, jogando uma temporada mais curta, culminando em uma série de campeonatos, enquanto a National Hockey League de seis equipes, com equipes apenas em Nova York, Boston, Detroit, Chicago, Montreal e Toronto jogando de outubro a março em uma temporada de 50 jogos, culminando nos playoffs²⁵ da Stanley Cup.

²⁵ Jogo Final de um campeonato ou última série de jogos que vão definir o campeão. Eliminatórias (NT)

Agora, 40 anos após a proliferação em massa da televisão e 15 anos após o início da penetração em massa das redes a cabo pagas, o futebol e o basquete se juntaram ao beisebol como esportes verdadeiramente nacionais, com o hóquei expandindo sua base regional.

Existem agora 28 times de beisebol jogando uma temporada de 162 jogos, estendendo-se de abril a outubro, com um treinamento de primavera de fevereiro a abril que tem alguns jogos televisionados; a temporada culmina em playoffs, que por sua vez terminam na World Series.

A NFL agora tem 28 equipes em duas conferências jogando uma programação de 16 jogos que vão de setembro até o final de dezembro, quando os playoffs são realizados e que terminam no evento esportivo mais visto, o Superbowl no final de janeiro.

A NBA tem 27 equipes jogando uma programação de 82 jogos, que vai de outubro ao início de abril, com playoffs que podem durar até maio. A NHL agora tem 24 equipes em uma temporada de 82 jogos que vai de outubro a meados de abril, com playoffs que podem durar até o início de junho.

Agora, durante todo o ano, um grande número de americanos é submetido a profunda lavagem cerebral pelos esportes televisivos: à medida que as ligas esportivas se expandem, à medida que as temporadas aumentam, os viciados estão se tornando mais viciados e o aparelho de televisão é a principal fonte de seu vício. Antes da televisão, os quatro esportes de massa em discussão tinham um público anual total de 30 milhões (números de 1950, aproximados). Agora, o total de atendimento presencial é mais do que o triplo desse número.

A psicologia de um fanático

Como aprendemos nas seções anteriores, o processo de lavagem cerebral brando, que altera ou cria valores sociais, depende de hábitos de visualização habituais. E isso nos leva ao primeiro ponto de nossa tese, que muitos de vocês, viciados em assistir esportes, podem ter discordado quando o mostramos pela primeira vez. Seu hábito de repetidamente assistir a esportes, especialmente esportes televisionados, alterou a maneira como você pensa. Na verdade, quanto mais você assiste a esportes, menos capaz você é de ter um raciocínio moralmente aprendido. Você está transformando sua mente com seu fanatismo, com seu vício de assistir esportes.

O esporte é uma atividade totalmente sem importância e sem sentido para a existência humana. Quer um time ou outro ganhe um jogo em particular, seja um jogo de beisebol da liga menor ou o Superbowl, é um fato total e absolutamente indiferente para a existência presente e futura da civilização humana neste planeta.

O problema é que a maioria de vocês realmente não acredita nisso. Oh, se você pode aceitá-lo virtualmente, tudo bem. Você sabe que se os Redskins ou os Cowboys vencerem não fará a menor diferença para o fim da depressão econômica. Mas os esportes fazem parte de sua vida mental privada, são como uma posse pessoal que tem pouco valor real objetivo, mas para você tem muito valor subjetivo e emocional. E você realmente não gosta que alguém lhe diga o que fazer sobre essas partes pessoais de sua vida. Você meio que se ressentiu disso, não é? Mas agora dê uma boa olhada em si mesmo.

É domingo à tarde. Você se senta em frente ao aparelho de televisão, suas mãos suando, enquanto seu time de futebol favorito está travado em um jogo acirrado com seu rival. O tempo

está acabando. Mais uma boa jogada e eles estarão perto do gol da vitória. O passe foi concluído. Você dá um soco no ar, enquanto a torcida do estádio ruge sua aprovação pelos alto-falantes do aparelho de televisão.

Suas mãos estão molhadas de suor; a multidão está aplaudindo. Eles se alinham para a saída da bola. Você não pode ficar parado; você se levanta da cadeira. Agora, você não pode nem assistir e você desvia o olhar da tela. O passe foi perfeito. "Foi... foi ótimo", diz o locutor e você pula para cima e para baixo, enquanto os fãs nas arquibancadas são mostrados comemorando. Eles venceram, você pensa, e você se sente bem. Se o passe tivesse sido errado e seu time tivesse perdido, você se sentiria mal e desanimado, assim como todos os outros torcedores, tanto no estádio quanto assistindo em seus aparelhos de televisão.

Durante as três ou mais horas daquele jogo, o mundo fora do aparelho de televisão não existia. As pessoas estavam morrendo na Bósnia. Outros estavam morrendo de fome na África. A poucos quilômetros do estádio, os jovens estavam se destruindo com drogas. A economia continuou indo para o inferno. Mas naquelas três horas e principalmente naqueles últimos momentos, o mundo real, o mundo que importa, não existia.

Emocionalmente, este jogo e todos os outros jogos, de uma forma ou de outra, significam algo para você que é o emocionalismo infantil de que estamos falando. Não envolve absolutamente sua capacidade de raciocínio; ele a ignora completamente, colocando você em um estado de fantasia emocionalizada, desfigurando seu poder de raciocínio criativo da mesma forma em que cria uma intensa fantasia sexual.

Se alguém tentasse tirar seu vício de você, desligar suas 30 horas por semana de esportes na televisão ou reduzir as horas em que você assiste TV, você protestaria dizendo-se vítima de violência extrema e talvez até agredisse fisicamente quem tentasse impor tal mudança tão indesejada em seu comportamento viciante.

É assim que é o grau de seu vício em sua fixação emocional em ver esportes. E esta é uma das maneiras pelas quais você sofre lavagem cerebral pela televisão.

Aprendendo a Torcer e ser Fanático

A mesma perspectiva teórica que estava por trás da lavagem cerebral em massa da Alemanha nazista é encontrada no fenômeno da multidão em massa de espectadores de esportes pela TV. O ponto principal de Sigmund Freud em "Mass Psychology and the Study of the I" foi que massas de pessoas podem ser organizadas em torno de apelos às emoções. Os comícios de massa, por exemplo, apelam não à razão, mas às emoções, para que os apelos sejam bem-sucedidos. Os apelos mais poderosos são para o inconsciente, que tem o poder de dominar e deixar de lado a razão.

"A massa nunca teve sede de verdade", escreve ele. "Os indivíduos na massa exigem ilusões e não podem prescindir delas. Eles constantemente dão precedência ao que é irreal sobre o que é real; eles são quase tão fortemente influenciados pelo que é falso quanto pelo que é verdadeiro. Eles têm uma tendência evidente a não distinguir entre os dois." Freud afirma ainda que nesta condição, com a razão do homem dominada pelo emocionalismo, incapaz e sem vontade de buscar a Verdade, o indivíduo em uma massa ou multidão perde sua consciência moral, ou o que Freud chama de ideal do seu ego. Isso não é necessariamente uma coisa ruim para o indivíduo. O mal que Freud afirma, o que produz neuroses, é o que a consciência moral, que mais tarde ele chamou de "Over I" ou superego, faz para que o homem reprima seus instintos animais básicos "de maneira não natural".

Em uma multidão organizada em torno das emoções das pessoas, o indivíduo exibirá uma tendência a se deixar levar, para se libertar de todas as inibições morais e sociais: "*Isolado, ele pode ser um indivíduo culto; em uma multidão, ele é um bárbaro - que é uma criatura agindo por instinto... Nada disso [como uma pessoa se comporta sob tal condição de multidão] é premeditado...*" "*Ela [uma multidão] não pode tolerar qualquer atraso entre seus desejos e a realização do que deseja'*", escreve Freud, afirmando que é por isso que o indivíduo está tão disposto a se deixar fazer parte de uma poderosa experiência de massa que pode gratificar esses desejos emocionais.

Tais multidões, observa Freud, regrediram à vida mental de uma criança. Elas operam, não de acordo com a razão, mas de acordo com desejos irracionais e emocionais. Nesse estado emocional irracional, os indivíduos são facilmente manipulados por líderes que podem mudar os valores das massas para coincidir com as fantasias infantis da multidão.

Analisemos uma típica multidão de espectadores de esportes.

Você está assistindo a um jogo de hóquei profissional. Sentados ao seu lado estão um contador e um professor, cada um na casa da meia-idade. Abaixo de você está um casal de adolescentes; ao lado está um banqueiro, e logo atrás de você estão dois advogados, com seus filhos pequenos. É um jogo pesado. "*Derrube esse vagabundo*", grita o advogado, "*não o deixe patinar assim.*" "*Mate-o*", grita o filho mais novo do advogado. "*Dê um tranco nele.*" Uma briga começa no gelo entre dois jogadores. A multidão se levanta, aplaudindo descontroladamente enquanto o jogador do time da casa acerta soco após soco, sangrando seu oponente. Os advogados aplaudem mais alto. O anúncio das penalidades é saudado com mais aplausos para a equipe da casa, enquanto os árbitros escoltam os jogadores até o local de pênaltis.

Finalmente, a ação recomeça. Um jogador da equipe da casa dá uma tacada certeira ao gol. O pequeno disco preto estufa a rede atrás do goleiro adversário. Um gol. Luzes piscam ao redor e um pandemônio irrompe na multidão. O banqueiro fica tão empolgado que derrama toda sua cerveja no casal de adolescentes. Todo mundo está rindo. Todos estão felizes, pois comemoram o gol da equipe da casa. Haveria alguma diferença no comportamento daquela multidão de adultos e o comportamento de crianças? Na verdade, não. O que foi descrito é um exemplo comum do infantilismo em massa a que nos referimos.

Agora pense por um momento sobre o jogo de futebol televisionado que descrevemos anteriormente. A pessoa descrita não estava em uma multidão em si, mas estava assistindo a um jogo televisionado em sua sala de estar. No entanto, ele demonstra o mesmo tipo de resposta emocional como se estivesse presente no estádio. Isso mostra o poder dos esportes televisionados para induzir o comportamento no que os lavadores de cérebro chamam de multidão estendida.

Na era da televisão, há dois públicos para cada evento esportivo: um que está presente no evento e outro que está assistindo ao evento, geralmente, como acontece, pela tela da televisão. A primeira audiência é limitada pelo tamanho do estádio, e mesmo os maiores estádios são limitados a menos de 100.000 pessoas. A audiência da televisão, especialmente para um grande evento esportivo como um jogo de futebol, chega a milhões.

O espectador no estádio, assim como o espectador na sala de estar, estão ligados pela percepção comum dos acontecimentos no campo de jogo. Eles estão cientes da existência um do outro: o fanático em casa ouve o barulho da multidão na televisão e vê imagens das arquibancadas lotadas. O torcedor nas arquibancadas

sabe da enorme audiência da televisão por meio de seus próprios hábitos de visualização habituais e de seus companheiros fãs. *"Se eu estivesse em casa, estaria assistindo"*, ele pensa. Se estiver no jogo, espera atrair a atenção das equipes de câmeras de televisão, para que possa ser visto pelos torcedores em casa.

Os lavadores de cérebros da televisão, como Fred Emery, de Tavistock, notaram esse fenômeno. Alguém assistindo seu programa favorito está apenas vagamente ciente de que os outros também estão assistindo, dando origem a uma sensação de isolamento. O espectador de um evento esportivo está profundamente ciente da existência de outros, dizem os lavadores de cérebro, e, portanto, participa de uma experiência de massa comum percebendo sua enorme importância. A percepção de importância é auto-validada: se um milhão de pessoas está fazendo a mesma coisa, ao mesmo tempo, isso deve ser importante.

Cada evento esportivo, portanto, assume um significado psicológico para o espectador. Torna-se um vínculo emocional comum entre ele e um milhão ou mais de outras pessoas. Algumas pesquisas psicológicas recentes com americanos entre as idades de 15 e 50 anos descobriram que, quando foram solicitados a listar eventos significativos que ocorreram em suas vidas, um número extremamente grande listou eventos esportivos, e muitos listaram vários desses eventos.

Da mesma forma, especialmente entre os homens americanos, essa coparticipação em espectadores de esportes cria um senso de identidade com outros fanáticos. Um torcedor do Mets andando pela rua vendo outra pessoa usando um boné de beisebol com o logotipo do Mets desenvolve um sentimento de camaradagem com esse outro desconhecido. Ele lhe dá um aceno, e talvez um punho erguido, significando solidariedade com a causa. A mesma pessoa

rotineiramente desvia os olhos do olhar de um sem-teto e até mesmo de outra pessoa vestida normalmente. Assim, a experiência do espectador em massa se estende além do período de tempo de qualquer jogo ou mesmo temporada, para se tornar parte da personalidade, um processo de identificação infantil com objetos e estados de sentimento.

O tema apresentado aqui é que assistir esportes pela TV de maneira habitual, por um longo período de tempo, altera a personalidade de uma pessoa porque faz com que ela responda a situações a partir de um conjunto de pontos de referência emocionalmente determinado. Como dissemos, isso o torna burro e mais animalesco.

Isso não é algo que pode ser ligado ou desligado como um aparelho de televisão. Assim como explicamos anteriormente que as mensagens ocultas da televisão permanecem com você mesmo quando o aparelho está desligado, fazendo efeito mesmo anos depois, então esse padrão de resposta emocional e irracional, causado pela visualização habitual de esportes pela TV, permanece com vocês.

Reprodução

Agora, pense no que dissemos sobre a Guerra do Golfo e no briefing do general Norman Schwarzkopf sobre como o plano de ataque contra o Iraque garantiu a vitória militar. Tente se lembrar de sua reação a este briefing, que tão aberto e conscientemente foi feito para se parecer com a coletiva de imprensa da vitória de um treinador de futebol. Não provocou o mesmo tipo de resposta emocional que você teve quando seu time ganhou um jogo importante? Você não queria erguer o punho no ar e dizer: "*Nós realmente ferramos com os iraquianos, não foi? Esmagamos eles,*

não foi?." Esta foi sua mentalidade esportiva voltando a tona naquele momento.

As pessoas que organizaram aquela coletiva de imprensa sabiam que você tinha sido programado para ter tal reação. Ao usar a linguagem dos esportes para descrever a guerra, eles estavam desencadeando uma reprodução de emoções infantis associadas aos espectadores de esportes pela TV, limitando suas capacidades de raciocínio crítico.

Um mês antes, no Superbowl de 1991 entre o New York Giants e o Buffalo Bills havia sido apresentado um espetáculo no intervalo, encenado por produtores de Hollywood, contando com a cooperação generosa do Departamento de Defesa dos EUA, celebrando a dedicação da renda do jogo ao esforço de guerra, então em sua fase selvagem de bombardeio aéreo. Com 80.000 pessoas nas arquibancadas torcendo e usando fitas amarelas para as tropas combatentes, ondas de aviões militares sobrevoaram o Orange Bowl.

Mais de 150 milhões de pessoas neste país assistiram à extravagância do intervalo terminar com a cantora de rock Whitney Houston cantando o Hino Nacional. (Sua interpretação, completa com fogos de artifício, foi transformada em um vídeo de rock e logo se tornou a música número um em vendas nos Estados Unidos.)

Como vários comentaristas notaram, o Superbowl havia se tornado o maior comício de guerra da história do mundo. Foi o espírito daquele comício de guerra do Superbowl, que o "treinador" Schwarzkopf evocou, conscientemente, com seu briefing.

Seja como o Mike

Vamos mudar o foco ligeiramente. Você e seu filho estão assistindo a um jogo de basquete acirrado, em seus segundos finais. O tempo passa, quando Michael Jordan (Mike), o astro do Chicago Bulls, pega a bola no meio da quadra.

"Tudo se resume a uma jogada", diz o locutor de televisão. "Tudo depende de Michael. Eles estão abrindo o caminho para ele." Então o locutor fica em silêncio, enquanto o relógio marca o tempo em décimos de segundo. São menos de dez segundos agora. Jordan começa seu movimento em direção à cesta. De repente, perto da linha de falta, ele finta para a esquerda, depois gira para a direita, lançando-se no ar. De alguma forma, ele é impulsionado por um labirinto de braços, até o aro e arremessa a bola. O relógio mostra que o tempo acabou. *"Ele conseguiu",* grita o locutor. *"Ou devo dizer, ele fez isso de novo! Incrível!"*

Você já pensou sobre o que se passa na mente do seu filho enquanto ele assiste ao jogo? Por um lado, ele está fixado na tela, absorvendo a ação enquanto ela acontece. Mas algo mais está acontecendo também: ele está fantasiando que poderia "ser como Mike", como diz o anúncio da bebida esportiva em seu jingle, que ele poderia ser famoso e espetacular como Jordan ou outro atleta. Ele tentará realizar essa fantasia, talvez tentando praticar e copiar algum movimento ou maneirismo do atleta superstar, ou, sob certas circunstâncias, comprando algum produto que o atleta endossa. Dessa forma, os heróis do esporte são imitados pelos jovens.

Mas e você? Como você assiste aos mesmos eventos? Você está na meia-idade ou um pouco mais jovem. O estrelato já passou para você. No fundo do seu coração, você sabe que não pode

realmente “ser como o Mike”, naquele seu corpo de 35 a 45 anos. Mas o sonho é difícil de acabar: você ainda pode se conectar com fantasias e momentos de sua juventude, através da experiência de assistir esportes pela TV. Você poderia ter sido como Mike, se as coisas fossem diferentes, você fantasia.

Você foi transportado para um estado infantil, por meio de associações e identificações com experiências da juventude. Isso é possível pela cultura de massa agora universal dos esportes e especialmente dos esportes televisivos; você se lembra de algum jogo que pode ter visto ou até mesmo jogado, alguma experiência semelhante ao que está acontecendo na tela à sua frente.

É esse poder de fazer associações com um passado infantil e fantasiado que é a chave da grande parte do poder que a visualização de esportes pela TV exerce sobre você. É uma maneira de desligar a realidade do mundo atual, evocando um mundo de fantasia do qual seu eu infantil participa.

Muitas vezes, o hábito de assistir esportes na TV terá o efeito de criar um passado falso no indivíduo, no qual ele imaginou tão fortemente alguma fantasia de sua infância, que agora acredita que seja verdade. Muitos homens que nunca chegaram perto de um campo de futebol dirão a seus amigos que eles realmente jogaram por suas escolas. O hábito de assistir esportes na TV evoca a parte mais infantil de uma pessoa, e esse infantilismo muitas vezes leva a uma distorção do verdadeiro eu e do passado, paralisando ainda mais a razão criativa.

Nada disso começou com a televisão; já acontecia muito antes dela. Mas, como dissemos antes, a proliferação em massa de esportes através da televisão universalizou essa neurose em grande parte da população masculina adulta.

Lavagem cerebral por números

Também notamos que os fanáticos têm sua maneira única de se comunicar uns com os outros. A linguagem dos esportes, ou seja, os termos usados para descrever várias ações, regras, etc., dos principais esportes, tornaram-se parte da linguagem popular. É por essa razão que o briefing de Schwarzkopf pode ser entendido por quem o assiste.

A maior parte da linguagem esportiva são os números - a quantidade infinita de informações estatísticas usadas para quantificar e, portanto, analisar os eventos que ocorrem no campo de jogo. Esses números são totalmente inúteis para a condução dos assuntos humanos no dia-a-dia. Eles não dizem às pessoas nada sobre o mundo real ou coisas que possam realmente importar em suas vidas diárias. No entanto, é um fato simples, que mais pessoas podem lhe dizer quais são os pontos iniciais dos arremessadores feitos no jogo de beisebol Yankee-Orioles de hoje, do que a quanto o dólar fechou em Tóquio.

Certa vez, meu pai tentou me impressionar com a frivolidade dos números esportivos. Ele contou que, quando era um jovem balconista de uma empresa de transporte, estava no elevador com um amigo. Ele e seu amigo estavam fazendo uma comparação entre as médias de rebatidas dos times titulares do então Brooklyn Dodgers e do New York Giants, discutindo furiosamente sobre os méritos dos jogadores.

Mais tarde naquele dia, meu pai foi chamado ao escritório do gerente da empresa para trazer algumas cotações de preços de válvulas de latão. Uma não tinha sido cotada. "*Qual é o preço dela?*", perguntou o presidente. "*Eu não sei,*" meu pai respondeu.

"Vou ver se acho." "Eu estava no elevador com você há pouco", disse o presidente, bastante zangado. "Eu teria obtido uma resposta imediata se eu lhe perguntasse a média de rebatidas de Willie Mays. Isso você sabe de cor, mas o que eu pago para você saber, você tem que ir procurar!"

Mas, além de criar confusão inútil e sem sentido nas mentes de milhões de fãs de esportes, a explosão estatística em torno dos esportes teve outro mais importante efeito destruidor de mentes. Tende a fazer com que as pessoas passem a julgar tudo por números, computando dados, e ao fazer isso, as tornou mais propensas à lavagem cerebral por meio de pesquisas de opinião pública do tipo que discutimos nas seções anteriores deste relatório. Os próprios pesquisadores notaram isso. Eles dizem que os americanos foram condicionados pelas estatísticas esportivas a aceitar os resultados estatísticos de qualquer pesquisa como inerentemente verdadeiros.

É fácil ver o porquê de um argumento esportivo típico. "Ouça", diz um sujeito. "Eu digo que Conseco não é metade do jogador que Cal Ripken é." "Ah, é?", diz o outro cara, "Bem, olhe para os números dele. Ele tem mais home runs²⁶ na carreira, mais rbi²⁷..." "Certo, mas Ripken tem uma média de rebatidas maior na vida e ele jogou em 1.730 jogos consecutivos", responde o primeiro companheiro. E assim por diante.

Esses debates acontecem milhões de vezes, todos os dias. Em cada um, as estatísticas são usadas como medidas precisas. Elas são aceitas como fatos, para serem usados em argumentos.

²⁶ Home run – Uma tacada que permite ao bateador contornar todas as bases de uma só vez. (NT)

²⁷ Rbi (run batted in) uma pontuação no beisebol feita por um corredor tocando todas as quatro bases com segurança (NT)

Os resultados da pesquisa são apresentados da mesma maneira. Como resultado de sua lavagem cerebral por assistir esportes e por estatísticas esportivas, você nunca se preocupa em questionar se esses resultados são fraudulentos. “*Ei, apenas me mostre os números,*” diz o fã de esportes. “*Se é uma estatística, é um fato.*” Tal raciocínio estatístico, com tudo colocado em categorias ordenadamente contadas, com fatos representados como colunas de objetos contados, é coerente com uma representação aristotélica do universo. Leva a uma interpretação linear, a uma realidade fixa.

A verdade, como temos discutido nesta série, nunca pode ser definida a partir de tais conjuntos de fatos apresentados estatisticamente. A verdade está localizada no processo da razão criativa que determina a hipótese que governa os meios pelos quais as hipóteses mudam. O método socrático, como praticado por Platão e os grandes pensadores cristãos, como Santo Agostinho, busca a Verdade no que não pode ser computado, e na rejeição de um universo fixo e com valores determinados. O que determina a Verdade é unicamente uma qualidade do pensamento, a mesma qualidade da razão criadora que permite ao homem participar da criação de Deus e que o distingue do animal.

O hábito de se assistir esportes pela TV leva a uma fixação em números e na representação estatística da Verdade. Essa fixação reduz neuroticamente a capacidade da mente de raciocinar à maneira socrática necessária para descobrir a Verdade.

A doença do jogo

A fixação do fanático por esportes nos números também leva a outro vício: o jogo. A loteria esportiva, legal e ilegal por meio de uma rede de casas de apostas controlada pelo crime organizado, é

um negócio anual de centenas de bilhões de dólares. Como o próprio esporte, ela é controlada e financiada pela oligarquia Dope, Inc. - o cartel internacional de drogas - que usa o processo de apostas para lavar dinheiro de drogas.

O fanático por esportes transformado em apostador viciado, passa a se preocupar apenas com o conteúdo numérico dos jogos, reduzido às chamadas probabilidades. De acordo com estudos, eles se importam pouco com times reais e tendem a ter um time favorito apenas se ganhar dinheiro com ele. Então, para o apostador ganhar dinheiro, o time não precisa vencer seus jogos, apenas "bater a faixa de pontos", ou perder por menos pontos do que as probabilidades haviam previsto.

No final, o apostador esportivo obtém sua dose da emoção de se colocar à mercê dos deuses do Destino. Ele pode fingir que há ciência nas apostas, que existe um sistema pelo qual se aposta cuidadosamente para vencer as probabilidades. Mas qualquer jogador sabe que o que o leva a continuar a aposta é a sensação de que, quando ganhou, de alguma forma derrotou os deuses do Destino.

Os números mostram que o número de pessoas afetadas pela neurose do jogo esportivo, uma variante da neurose esportiva geral, está crescendo. Enquanto alguns funcionários do governo manifestam preocupação com isso, o fato é que é o próprio governo que está patrocinando cada vez mais diretamente o crescimento do jogo esportivo. Vários estados, como Washington, já legalizaram as loterias de apostas em futebol e outros jogos; justifica-se como meio de geração de receita, com o argumento de que se o Estado não aproveitasse o fluxo de caixa do jogo, o dinheiro seria simplesmente apostado em outro lugar. Alguns estudos preliminares revelaram, no entanto, que apostas esportivas bem divulgadas e patrocinadas pelo Estado incentivam

o jogo entre pessoas que não pensariam em apostar de outra forma.

Aprendendo a torcer

Isso nos leva de volta a uma discussão sobre quem é responsável pelo crescimento do vício em esportes destruidores da mente nos Estados Unidos e o papel que a televisão desempenhou nesse processo.

Como mostramos, antes do advento da televisão, havia apenas um esporte verdadeiramente nacional, o beisebol, e seu efeito de lavagem cerebral na população era limitado. Não surpreendentemente, descobriu-se naquele período pré-televisivo que o fanatismo esportivo dentro de uma determinada população dependia da capacidade de assistir a jogos, sejam eles em um nível de liga principal ou liga menor. O meio de comunicação de massa de maior penetração da época, o rádio, fornecia um meio para manter o interesse dos torcedores quando era impossível assistir aos jogos, mas a eficácia desse meio em promover o fanatismo dependia da possibilidade de assistir aos jogos.

Isso nos leva a uma importante observação sobre como funciona o processo de lavagem cerebral. O processo pelo qual alguém se torna um fanático obsessivo por esportes é culturalmente aprendido. Você é ensinado pela cultura americana como torcer, como responder aos sinais que são emitidos pelas respostas emocionais e infantis do indivíduo.

Algumas décadas atrás, eu estava assistindo a um jogo do Mets no antigo Polo Grounds em Nova York. Pelos padrões do beisebol, foi um jogo emocionante, com a torcida muito animada nos eventos em campo. Eu não pude deixar de notar um sujeito em nossa seção das arquibancadas que parecia completamente alheio a

tudo. Ele ficou em silêncio enquanto os fãs ao seu redor se levantavam para comemorar um *home run* do time da casa. No começo, eu pensei que ele estava torcendo para o outro time. Então, eu o vi sentado no mesmo silêncio de pedra quando eles também acertaram um *home run*. Resolvi perguntar a ele se algo estava errado. *"Veja bem, eu sou da Inglaterra,"* disse ele. *"Pensei que se lesse alguns livros sobre seu beisebol, poderia acompanhar o que estava acontecendo. Mas eu simplesmente não consigo entender com o que vocês estão tão empolgados."*

Tais exemplos tendem a refutar a afirmação de LeBon de que o comportamento da multidão é baseado no que ele chamou de contágio, ou simples respostas do tipo imitação do que os membros da multidão estavam fazendo. A observação de Freud de que uma multidão deve ser estimulada a responder a eventos, ou dirigida por um líder, é mais pertinente. A torcida do beisebol é imposta culturalmente, condicionada por uma cultura esportiva de massa para dar as respostas emocionais infantis adequadas aos eventos no campo de jogo.

O inglês, que descobri ser um fanático por esportes dentro de sua própria cultura - críquete e futebol eram suas obsessões - estava completamente perdido, procurando por pistas para entender o beisebol.

A intensidade da conexão de uma pessoa com esportes - o quão profundamente você é viciado - tem certa relação com a experiência visual, não apenas lendo sobre eles ou ouvindo transmissões de rádio. Dito de outra forma, assistir esportes é uma forma de prender você. Pelas razões discutidas anteriormente, quanto mais você assiste, mais intensamente você se torna viciado, mais infantis são suas respostas coerentes e mais prejudicados ficam seus poderes de raciocínio criativo.

A televisão é o veículo perfeito para efetivar a lavagem cerebral em massa dos que assistem esportes. Ela fixa as imagens do campo de jogo na mente, mergulhando totalmente a vítima de lavagem cerebral na experiência esportiva. Como mostram estudos feitos por analistas de mídia, a televisão recria a emoção de estar no evento, enquanto ele está acontecendo, estabelecendo uma identidade entre todos aqueles que assistem e todos os presentes nas arquibancadas, de uma forma que nem mesmo o mais habilidoso locutor esportivo do rádio poderia se aproximar.

Pense por um momento em como você aprendeu a torcer por um time esportivo. Não é verdade que sua primeira lembrança de esportes com espectadores é assistir a um jogo com seu pai ou irmão? Você aprendeu que não há problema em responder emocionalmente ao que você viu no estádio ou na tela. Você seguiu o comportamento infantil dos mais velhos ao torcer pelo seu time.

Também não é verdade que entre suas primeiras discussões sobre eventos aparentemente adultos centraram-se nas façanhas de uma daquelas equipes nas quais seus irmãos, irmãs ou pais estavam interessados? Esse padrão de comportamento é verdadeiro mesmo para áreas onde o comparecimento ao estádio não é possível ou só é possível de forma muito limitada. É verdade por causa da ampla disponibilidade de se poder assistir esportes na televisão.

Quem controla seu vício?

Como mostramos em outros lugares, tudo o que você vê e viu na televisão é resultado de decisões de uma pequena elite. Essa elite controla as principais redes de televisão, os canais a cabo e os grandes estúdios de produção. Essa elite, por sua vez, é controlada, direta e indiretamente, por interesses bancários e

financeiros oligárquicos centrados em Nova York, Londres e centros financeiros semelhantes.

Estas são as pessoas que implantam os lavadores cerebrais em lugares como o Instituto Tavistock e as redes da Escola de Frankfurt. Eles eram patronos e promotores de pessoas como Sigmund Freud e Carl Jung, e foram os responsáveis por colocar Hitler no poder. Como mostramos, eles promoveram a televisão como seu principal meio de controle da lavagem cerebral em massa.

É essa elite oligárquica que sancionou a massiva proliferação e promoção de se assistir esportes na televisão para fazer lavagem cerebral em você, da mesma forma que seus ancestrais faccionais usavam os espetáculos romanos, com seus gladiadores e outras competições esportivas, para controlar as massas. Com o financiamento dessa elite, bilhões de dólares em dinheiro da televisão foram canalizados para a promoção e expansão da National Football League (NFL), da National Basketball Association (NBA) e da National Hockey League (NHL), bem como da liga principal de beisebol.

Começando no final da década de 1940 e continuando por grande parte da década de 1950, a programação esportiva na televisão representou o maior bloco entre qualquer outro tipo de programação, permitindo que os esportes atingissem uma saturação da população como nunca havia ocorrido antes na história.

As próprias equipes esportivas, até o período mais recente, eram de propriedade de famílias poderosas, muitas das quais tinham ligações com a própria elite oligárquica ou com redes do crime organizado, sancionadas e controladas por essa oligarquia e pela

Liga Antidifamação (ADL), da B'nai B'rith,²⁸ ligada ao crime organizado. A família Mara - dona da equipe de futebol New York Giants - e a família Yawkey - dona da equipe de beisebol do Boston Red Sox - são exemplos disso. Nessas famílias as equipes esportivas eram muitas vezes passadas como herança de uma geração para a seguinte, assim como os oligarcas transferem suas heranças.

No início, grande parte do dinheiro veio de rendas ligadas a fábricas de bebidas, que por sua vez estavam ligadas a organizações criminosas durante o período da Lei Seca, como as rendas de Rupert, que antigamente era o dono do New York Yankees. Algumas dessas conexões "alcoólicas" permanecem até hoje, por exemplo, entre a família Busch e a equipe de beisebol St. Louis Cardinals.

Em época mais recente, houve um crescente entrosamento com as rendas associadas à Dope, Inc. e seu braço de propaganda e defesa, as redes da ADL. Muitas vezes essas rendas são obtidas através de agrupamentos financeiros que possuem equipes; por exemplo, o envolvimento da família de George Bush com o time de beisebol Texas Rangers. Ocasionalmente, elas aparecem sem disfarces, como o caso de George Steinbrenner, ligado ao crime organizado, o único e futuro dono dos Yankees.

Laços com elites da mídia

Agora existe também uma sobreposição direta entre mídia e elites esportivas. Um exemplo é o magnata da televisão Ted Turner, proprietário da Cable News Network (CNN) e do Atlanta Braves.

²⁸ A Ordem Independente de B'nai B'rith é a mais antiga organização judaica em todo o mundo e também a mais antiga organização dedicada aos Direitos Humanos ainda em funcionamento (NT)

Outro exemplo é a Time/Warner proprietária do Madison Square Garden, juntamente com o time de hóquei New York Rangers, o time de basquete New York Knicks e a rede de cabo esportivo MSG.

Comandado pelos oligarcas que controlam nosso establishment político, o esporte profissional recebeu importantes isenções das disposições antitruste, permitindo que as principais equipes esportivas operem coletivamente como se fossem um truste, na pior tradição desse termo se referindo a ladrões. A direção da equipe esportiva manipula os preços dos ingressos, estabelece contratos de televisão, define salários, taxas de compensação, etc.

Isso criou um pool de bilhões de dólares para a promoção massiva no país do vício em esportes; como geralmente acontece com os vícios em massa, os viciados – os próprios fanáticos por esportes – financiam tanto o lucro quanto a expansão de seu próprio vício. Neste ponto, as vendas dentro da economia dos EUA relacionadas apenas a compras de insumos esportivos - ingressos, equipamentos, serviços a cabo, literatura, mas excluindo os custos dos salários dos jogadores, contratos de televisão - são estimadas em várias centenas de bilhões de dólares anualmente.

Obtendo sua dose diária

Se os esportes são um vício que destrói a mente, então a televisão é seu maior veículo. É o principal meio pelo qual a maioria dos viciados em esportes do país obtém sua dose diária.

Em qualquer dia, não importa a temporada, haverá aproximadamente 30 milhões de aparelhos sintonizados em eventos esportivos, de acordo com um estudo da indústria. Obviamente, em certos dias, com jogos especiais como a World Series ou playoffs de basquete, esses números dobrarão,

triplicarão ou até quadruplicarão. Para um evento como o Superbowl, o número pode ser ainda maior.

Embora a programação esportiva inicial da televisão tenha ajudado a expandir o interesse em esportes de massa, também ajudou a viciar nossa população a assistir televisão habitualmente. No início da década de 1950, quando os americanos compraram pela primeira vez aparelhos de televisão em grande número, mais da metade dos compradores listaram a programação esportiva como o principal motivo da compra. Isso não foi surpreendente: mais de 30% de todas as pessoas que compram jornais dizem que o fazem para ler as páginas de esportes e bem mais da metade dizem que lêem as páginas de esportes primeiro e por mais tempo do que qualquer outra seção do jornal.

As temporadas esportivas devem ser comparadas a uma novela com duração de vários meses, cuja conclusão é desconhecida. Assim, cada competição esportiva tem um passado, uma história que envolve as equipes do evento e seus registros e feitos anteriores ao jogo. Tem um presente, nos eventos do próprio jogo. E, tem um futuro antecipado, a implicação é que mesmo que o resultado de uma determinada competição possa ser final, o resultado da próxima temporada, como um todo, permanece em dúvida.

Quando a temporada termina, há sempre a próxima temporada: "Espere até o próximo ano" é o refrão dos torcedores dos times perdedores. Uma variante disso para uma pessoa que torce por muitos times na mesma área é "Esperar até a próxima temporada", quando ele espera que um time de outro esporte se saia melhor do que aquele que acabou de fracassar.

Dessa forma, o espectador é programado para passar de jogo em jogo, de temporada em temporada, sem sair do sofá. Competições

esportivas, especialmente grandes eventos esportivos, são, portanto, a novela televisiva perfeita e, como tal, incentivam o hábito de assistir TV. Não deveria surpreender ninguém que os lavadores de cérebro, que traçaram um perfil dos que assistiam televisão, soubessem disso desde seus primeiros estudos.

Nada disso funcionaria se a televisão não pudesse promover no indivíduo, de maneira eficaz, a experiência de lavagem cerebral em massa. A câmera de televisão limita o campo de visão. Pode criar um isolamento diferente da experiência comum da multidão descrita por Freud e outros em sua psicologia de massa.

A televisão primitiva, ao captar a emoção de cobrir um evento esportivo acontecendo, muitas vezes subestimava a sensação de que milhões estavam assistindo da mesma forma que o espectador no estádio. Em parte, isso se deveu aos limites da nova tecnologia: a câmera única tendia a se fixar no ponto principal da ação em cada jogo e a captação do som da multidão era ruim. Em parte, porque os primeiros locutores tendiam a tagarelar demais. Tendo vindo de uma experiência de rádio, eles descreviam o que acontecia no campo, duplicando assim o que a câmera mostrava.

Muito disso já foi corrigido, do ponto de vista dos lavadores de cérebro. A nova tecnologia de câmera disponibilizou uma explosão de pontos de vista de cada jogo, com o desenvolvimento de replay instantâneo em câmera lenta e vários ângulos de câmera. Os primeiros jogos apresentavam uma única câmera; agora pode haver até 10-15 em um único jogo de futebol, por exemplo. A captação do ruído em massa e a moderna mixagem de som aproximam a ação do realismo e a trazem diretamente para a sua sala de estar. E o mais importante, a melhoria na qualidade e no tamanho das imagens na tela faz com que a mente se aprofunde mais no evento audiovisual.

Ainda há alguns problemas com locutores e comentaristas, que, do ponto de vista dos lavadores de cérebros, não sabem quando permitir que as imagens e os sons dos campos de jogo falem por si. O equilíbrio ainda está sendo ajustado, por assim dizer. Se a combinação ainda ofende o verdadeiro fanático por esportes, sempre há o botão "mudo" no controle remoto.

Roone Arledge, ex-diretor da ABC-TV Sports, e o homem que desenvolveu o formato do "Monday Night Football", fala sobre a programação esportiva que precisa capturar todo o sentido do espetáculo. A ideia diz ele, é "*não trazer o jogo para o espectador, mas trazer o espectador para o jogo.*" Existem variações desse tema, mas o conceito é o mesmo: se deve prender a mente do fã e segurá-la dentro do mundo de fantasia que está sendo projetado na tela. Se funcionar, seus esforços serão bem-sucedidos porque a conexão emocional infantil com o evento será feita pelo espectador: ele terá sua dose.

A propósito, Arledge não dirige mais a ABC Sports: ele agora dirige a ABC News!

E agora o videotape

Antes de passarmos para a última seção do nosso relatório, devemos fazer algumas observações sobre o papel dos noticiários de televisão no desenvolvimento do seu vício em esportes.

O bloco esportivo sozinho é geralmente o mais longo no noticiário noturno local. Ele apresenta destaques dos jogos das equipes locais, bem como destaques de outros jogos de esportes na temporada. De acordo com as pesquisas, é relatado que, mais frequentemente, a razão para se assistir a programação de noticiários locais de uma determinada estação é sua equipe de

esportes. Essas pesquisas descobriram que os espectadores se preocupavam mais com a forma de como suas notícias esportivas eram relatadas.

Além disso, embora, como relatamos anteriormente, os espectadores tenham dificuldade em lembrar os detalhes das notícias relatadas, os estudos também mostraram que a maioria dos fãs de esportes se lembrará da principal história esportiva de uma determinada noite. Eles também se lembrarão dos placares dos jogos de sua equipe.

Em grande parte, isso ocorre porque grande parte da linguagem dos esportes são números, e as pontuações são o conteúdo principal do noticiário esportivo. Os viciados em esportes são como sábios idiotas; eles têm uma memória surpreendente para números inúteis. Quanto mais a televisão lhes der esses números, mais eles encherão suas mentes com eles e menos serão capazes de exercer seu poder de raciocínio. Em vez disso, eles os usarão para se comunicar no dia seguinte com seus colegas vítimas de lavagem cerebral: *“Ei, você viu o 40º homer de McGuire no noticiário ontem à noite? 475 pés sobre a parede do campo esquerdo. Que lançamento, hein?”*

“Eu sei como deixar todo mundo louco, completamente maluco,” o lavador de cérebros Hal Becker disse um tempo atrás. *“Basta fazer uma fita selecionando imagens falsas de um grande jogo de futebol. É fácil de fazer. Em seguida, forneça a pontuação errada. As pessoas vão ficar loucas. Eles não serão capazes de descobrir o que aconteceu. Eles precisam do noticiário esportivo da televisão para confirmar os resultados do que viram com seus próprios olhos à tarde. Se eles não corresponderem, eles entrarão em parafuso.”*

O vício de assistir esportes pela televisão

Agora estamos prontos para olhar de outro ponto de vista para o nosso vício nacional em esportes – um vício reforçado pelo hábito de se assistir televisão. Vamos montar novamente a cena. É o último jogo da World Series. A última partida, a última chance para o time da casa, seu time, e eles perdem por um único rbi.

Dois homens fora. Homens em segundo e terceiro. Duas tacadas do batedor. Outra tacada e está tudo acabado. Uma tacada vai ganhar o jogo. A câmera filma o arremessador, enquanto ele se prepara para o arremesso. Outra câmera filma o batedor, enquanto ele engatilha o taco, esperando. A pontuação, um lembrete que o final está próximo, pisca na tela. Suas palmas das mãos estão molhadas de tensão. Você pensa consigo mesmo: *“Vamos, você consegue. Apenas uma tacada. Isso é tudo o que precisamos.”* O arremessador gira, e enquanto ele faz isso você cruza os dedos e faz uma pequena oração. A bola é jogada, e você reza um pouco mais forte, um pouco mais forte naquele instante antes que ela chegue ao seu destino.

Agora vamos congelar isso por um momento.

Para quem, ou melhor ainda, para que você estava orando? A Deus, o Criador Divino de todo o universo? Na verdade, não. Uma pessoa religiosa dificilmente pensaria que Deus deveria desperdiçar seu tempo com assuntos tão triviais. Uma pessoa menos religiosa não pensaria em pedir a intercessão divina. Não,

naquele momento, no final da nona, com dois outs e dois strikes, você provavelmente estava pedindo ajuda aos deuses, essas forças místicas que controlam o Destino, que, dizem aqueles que estudam tais assuntos, desempenham um papel tão importante nas competições desportivas.

O fanático por esportes acredita em coisas como o Destino e o controle dos eventos por forças místicas fora das leis do Universo. Esportes e eventos esportivos, na mente desses fanáticos, existem, para se usar um termo esportivo, fora dos limites da religião normal e, decididamente, fora do cristianismo.

A religião dos esportes é um culto místico, baseado nas emoções infantis. Ele postula um mundo fora daquele que é governado pelas leis do Universo que pode ser conhecido pelos poderes da razão criativa. É um culto que tem seus rituais e celebrações daquilo que jamais poderá ser conhecido. Ensina ao homem que ele é, em última análise, impotente contra o Destino, os deuses místicos das emoções irracionais.

A civilização judaico-cristã nos ensinou que o homem é feito à imagem de seu Criador e, o que o distingue do animal é seu poder de razão criadora. Por esse poder, o homem pode descobrir as leis do universo e participar da Criação. Mais importante ainda, todos os homens são criados iguais – não no sentido corpóreo de que seus corpos são iguais, mas iguais no potencial de suas capacidades criativas no nascimento. É responsabilidade da sociedade assegurar que cada indivíduo tenha a oportunidade máxima de realizar esse potencial criativo e, assim, contribuir para a busca da humanidade pelo aperfeiçoamento de seu conhecimento.

O culto pagão dos esportes prega o contrário: o homem é um animal bípede, cuja razão deve falhar diante dos deuses místicos

do destino, e que é movido por uma agressividade animalesca. Esses homens são decididamente desiguais, tendo alguns homens sido criados mais iguais do que outros, como evidenciado pelos atletas divinos dos vários campos de jogo.

Embora tais pontos de vista minem claramente o pensamento cristão, eles são defendidos por muitos ideólogos do esporte como a celebração do bem maior da cultura humana: uma competição organizada e ritualizada, na qual os homens se submetem a regras arbitrárias. Isso, nos dizem, representa a essência da beleza humana e da conduta ética. Os esportes americanos, segundo nos dizem, representados pelos principais espetáculos esportivos, são o melhor da cultura americana e contêm todas as verdades básicas que a América precisa transmitir de uma geração para a outra.

Tal ideólogo esportivo é Michael Novak, um seminarista fracassado, que se tornou um teólogo dentro dos círculos católicos americanos conservadores. Novak se transformou em um apologista da degenerada cultura conservadora americana dos anos Reagan-Bush. Novak vê o capitalismo anglo-americano como a forma mais elevada de cultura cristã e vê os esportes como um componente necessário dessa cultura.

Sendo quem é Novak, argumentaremos que seu pensamento representa a visão dessa elite pagã e oligárquica responsável por seu vício em esportes. Quando ele fala de uma ética do esporte, está falando de uma ética aristotélica, um mero conjunto de regras e códigos arbitrários. Em seus muitos escritos, Novak alude várias vezes à sua afinidade com a obra de Aristóteles. Os repetidos ataques de Novak ao conceito do infinito como inferior ao que ele chama de limites rituais do esporte são uma negação da possibilidade da existência de uma verdade universal.

As visões de Novak sobre esses assuntos e sua imagem do homem como animal são idênticas às do nocivo lavador de cérebros Sigmund Freud. Grande parte da teologia do esporte de Novak é derivada das noções freudianas de repressão e impulsos sexuais. A perspectiva moral de Novak é a mesma do estado espartano, que também idealizava e promovia esportes e competição. Seu gnosticismo místico é semelhante à perspectiva do estado nazista, colocado no poder pela mesma oligarquia que patrocina e promove o esporte americano, por meio de sua ferramenta de lavagem cerebral, a televisão.

O livro de Novak, de 1975, "The Joy of Sports", do qual citaremos extensivamente, portanto, nos fornece algumas informações sobre como seus lavadores cerebrais e seus controladores veem o efeito dos esportes em sua mente e na sociedade.

Uma religião secular

Neste livro, Novak expõe a tese de que o esporte americano, especialmente desde sua penetração em massa na população com o advento da televisão, tornou-se uma religião civil ou laica, dominando as massas:

"No estudo das religiões civis, os pensadores negligenciaram demais os esportes... Os esportes são uma linguagem universal que unifica as diversidades de nossa nação, especialmente seus homens. Nem todos os nossos cidadãos têm o dom da fé. A religião, porém, é ampla, e permite grande liberdade para diversas interpretações, e divergências mútuas. Nossos esportes são liturgias – mas não têm credos dogmáticos. Não há uma longa lista de doutrinas para recitar. Expomos as necessidades de nossos espíritos, e muitas delas, não todas, são satisfeitas – cheias de beleza, excelência e graça que poucas outras

instituições oferecem agora. Nosso esporte precisa ser reformado - *Ecclesia semper reformanda*. Que não se reivindique muito para eles. Mas o que eles fazem tão soberbamente precisa de nossos agradecimentos, nossa vigilância, nosso intelecto e nosso amor cáustico.”

“As instituições do Estado geram uma religião civil. Assim como as instituições do esporte. Os antigos jogos olímpicos costumavam ser tanto festivais em homenagem aos deuses quanto festivais em homenagem ao estado – e essa tem sido a posição clássica dos esportes desde então. As cerimônias dos esportes se sobrepõem às do Estado de um lado e às das igrejas do outro... Ir a um estádio é meio como ir a um comício político, meio como ir a uma igreja...”

Mas Novak não está dizendo que os esportes são meros símbolos para as religiões. Eles satisfazem as “necessidades religiosas” das massas da população, necessidades que ele afirma que as igrejas são incapazes de satisfazer ou às vezes até compreender:

“Estou dizendo que o esporte flui para a ação a partir de um profundo impulso natural que é radicalmente religioso: um impulso de liberdade, respeito aos limites dos rituais, gosto pelo significado simbólico e desejo de perfeição. O atleta pode, é claro, ser pagão, mas os esportes são, por assim dizer, religiões naturais...”

Eles cumprem uma função religiosa: alimentam uma profunda fome humana, colocam os humanos em contato com certas características vagamente percebidas da vida humana dentro do cosmos e proporcionam uma experiência de, pelo menos, um senso pagão de piedade.

Entre os sinais voltados para Deus na vida contemporânea, os esportes podem ser a manifestação mais poderosa... Em algum sentido obscuro e genérico os esportes conduzem a pessoa para Deus....

Os esportes são religiosos no sentido de que são instituições organizadas, com disciplinas e liturgias; e também nesse sentido ensinam qualidades religiosas do coração e da alma. Em particular, eles recriam os símbolos da luta cósmica, na qual a sobrevivência humana e a coragem moral não estão asseguradas. Nessa medida, não são meros jogos, diversões, passatempos... Perder simboliza a morte, e certamente parece morrer, sem ser morte... Se você entregar seu coração ao ritual, seus efeitos sobre sua vida interior podem ser de longo alcance.

Novak encara as competições esportivas como um ensinamento ao homem da existência da morte através do conceito de perder. Ao atribuir tal importância à morte, Novak está imitando Freud, que argumenta em várias passagens que a vida é a luta entre dois instintos opostos, Eros, ou o impulso sexual para a perpetuação da espécie, e Tanatos, ou morte, um impulso em direção à própria destruição homem. O instinto de morte, afirma Freud, é desviado do indivíduo para o mundo externo, e se manifesta como agressividade e destrutividade humana – duas qualidades do animal humano que Novak diz que os esportes celebram alegremente!

O Novo Sacerdócio

Argumentando contra um conceito de esporte como mero entretenimento, Novak diz que a relação entre o indivíduo fanático e o atleta é psicologicamente a mesma entre um padre e seus discípulos. Mas o sacerdócio descrito é um sacerdócio gnóstico e

pagão, não o do cristianismo. Os sacerdotes são elevados a um status de deus:

“Os atletas não são apenas artistas. O papel deles é muito mais do que isso. As pessoas se identificam com eles de uma maneira muito mais sacerdotal. Atletas exemplificam algo de profundo significado - significado até mesmo assustador... Quando um atleta aceita um uniforme, ele se torna um sacerdote, vestindo paramentos sacerdotais. É função dos sacerdotes oferecer sacrifícios. Como na missa cristã, no atletismo o padre também é a vítima: aquele que oferece é o mesmo que aquele que é oferecido. Muitas vezes o sacrifício é literal: joelhos esmagados, músculos rompidos, carreiras abreviadas por lesões. Ele não está mais vivendo apenas sua própria vida. Outros estão vivendo nele, por ele, com ele. Eles o odeiam, eles o amam, eles o repreendem, eles se glorificam nele. Ele desistiu de sua personalidade pessoal e assumiu uma personalidade litúrgica. Ou seja, ele agora é um representante dos outros. Suas ações são de vigário deles. Seus sofrimentos e seus triunfos, sua covardia e sua coragem, sua boa sorte e sua má sorte tornam-se deles. Se o Destino o favorece, também favorece seu rebanho. Seus feitos tornam-se mensagens do além, revelações das bênçãos dos deuses...

Ser um jogador ativo é como viver no seletivo círculo dos deuses, dos escolhidos que encenam liturgicamente as ansiedades da raça humana e são sacrificados como vítimas rituais. As competições esportivas... são as eucaristias.

Novak está descrevendo práticas de culto, e ele sabe disso:

“Uma religião, antes de tudo, é organizada e estruturada. A cultura é construída sobre o culto...”

Os americanos, escreve Novak, têm pouca conexão com as tradições renascentistas da civilização européia e os valores que ela atribui ao homem e ao poder da razão criativa.

Virando nossa Revolução de cabeça para baixo e ignorando a Declaração de Independência, ele afirma que a América nasceu não em rebelião contra o Império Britânico, mas contra a tradição renascentista do homem. Como tal, precisamos de um novo ethos²⁹ e o encontramos no esporte:

“As ruas da América, ao contrário das ruas da Europa, não nos envolvem em ricas histórias e contos em mil anos de luta humana. O esporte é nosso principal agente civilizador. Os esportes são nossa forma de arte mais universal. O esporte nos ensina as experiências básicas vividas da tradição humanista.”

Rompendo com aquela tradição renascentista do homem criado à imagem viva de Deus, Novak diz que o esporte apresenta a verdadeira imagem do homem: uma fera agressiva, o mais poderoso e pernicioso dos animais. “O animal humano é um animal guerreiro”, escreve ele.

²⁹ o elemento moral na literatura dramática que determina a ação ou comportamento de um personagem. (NT)

“O conflito está tão próximo da verdade sobre as relações humanas, mesmo as mais íntimas, quanto qualquer outra característica. O esporte dramatiza o conflito. Eles nos ajudam a visualizá-lo, imaginá-lo, experimentá-lo

Ser jogador [como no esporte] faz parte da fera humana, nossa expressividade natural. Ela flui de energias internas e perenes, e não precisa de justificativa... O futebol, por exemplo, ensina a realidade de uma forma que nenhuma igreja ou pensamento renascentista consegue. Mostra-nos que a vida humana, na frase de Hegel, é uma bancada de açougueiro. Pense no que aconteceu com o Filho de Deus, o Príncipe da Paz; o que aconteceu no Holocausto; o que aconteceu nas recentes guerras, revoluções, inundações e fomes...

O que é humano? O que tem sido a experiência humana na história? Um mundo totalmente humanizado, gentil, doce e equitativo nunca foi visto nesta terra.... Uma das maiores satisfações [do futebol], de fato, é que ele viola a ilusão da pessoa instruída e iluminada de que a violência foi ou será exorcizada da vida humana...”

Assim, Novak está nos dizendo que o esporte nos ensina que o homem não pode aperfeiçoar sua existência além do que há de mais animal nele, que o melhor que pode ser feito é celebrar sua natureza animal como o verdadeiro eu aristotélico:

“Não adianta desprezar parte de nossa natureza. Somos da terra, terrenos; descendendo, segundo dizem, de outros hominídeos; ligados por neurônios, células e organismos à fervilhante vida química e biológica deste planeta luxuriante. Não somos mentes puras, nem animais racionais, nem indivíduos separados... Somos parte da

terra. E o esporte torna visível para a mente humana a grande luta do ser e não-ser que constitui todo ser vivo...”

Aqui, Novak exibe um desdém freudiano pelo conceito judaico-cristão de *imago viva Dei*. Freud afirma em “Civilization and Its Discontents”, que os cristãos, em particular, se comportam como crianças pequenas que se recusam a enfrentar uma realidade dura, quando

“fala-se da inata inclinação humana à maldade, à agressividade e à destrutividade, bem como à crueldade. Deus os fez à imagem de Sua própria perfeição; ninguém quer ser lembrado de quão difícil é conciliar a inegável existência do mal – apesar do protesto da doutrina cristã – com toda a sua onipotência ou toda a sua misericórdia”.

Todos os homens são diferentes

Já que nos ensina que o homem nada mais é do que um animal agressivo, Novak afirma que o esporte também deve nos ensinar a descartar como sem sentido o conceito de todos os homens serem criados iguais; ele ensina exatamente o oposto, afirma ele.

O atleta, especialmente o profissional, claramente não é igual ao homem comum: Ele é um super-homem, uma figura divina, com qualidades com as quais o homem comum só pode sonhar: “*A vida não é igual. Deus não é igualitário. A proeza varia de acordo com cada indivíduo.*” Aristóteles, diz Novak, nos ensina a perceber valor e beleza dessa desigualdade. Neste princípio básico e fundamental da desigualdade humana, diz o pagão Novak, todos os esportes e toda a vida são premissas.

Os homens não são iguais, segundo Novak, nem são capazes de amar a humanidade. O esporte ensina, diz ele, que a

agressividade e o desejo de dominar são os instintos animais humanos mais básicos. Na vida como nos esportes, o amor, especialmente o amor cristão ou ágape³⁰, pouco importa. Certamente um conceito tão universal não nos dá motivação para viver determinado tipo de vida, afirma Novak.

“Mas não somos infinitos... A imaginação humana, o coração, a memória e a inteligência são finitos. A natureza da psique humana é proceder de dentro para fora; não podemos começar abraçando tudo sem sofrer decepção. Afirmar amar a humanidade é carregar um grande e fino painel de vidro em direção a uma colisão com alguém que é contra você.”

Aqui encontramos Novak em total concordância com Freud. Em sua “Civilization and Its Discontents”, Freud argumenta que o conceito de amor universal, no qual o cristianismo se baseia, causa uma distorção neurótica de Eros, o instinto libidinal do homem. Faz isso porque se baseia em uma visão falsa e iludida do próximo:

“Um amor que não discrimina parece-me perder uma parte de seu próprio valor, fazendo injustiça ao seu objeto; e em segundo lugar, nem todos os homens são dignos de amor...”

É errado “amar ao próximo como a ti mesmo”, diz Freud, a menos que haja algum propósito definido por Eros para isso.

³⁰ Ágape . Amor que é espiritual, não sexual, em sua natureza, visto como espiritual e altruísta e um modelo para a humanidade. Na Igreja Cristã primitiva, uma festividade com comida e bebida que acompanhava a celebração eucarística.. (NT)

“Pois meu amor é valorizado por todo o meu povo como um sinal de minha preferência, e é uma injustiça para eles se eu colocar um estranho em pé de igualdade com eles. Mas se devo amá-lo (com esse amor universal), apenas porque ele também é um habitante desta terra, como um inseto, uma minhoca ou uma cobra, então temo que apenas um pouco de meu amor será para ele – não por qualquer obrigação, mas pelo julgamento de minha razão, que tenho o direito de fazê-lo. Qual é o sentido de um preceito [amar ao próximo], enunciado com tanta solenidade, se seu cumprimento não pode ser recomendado como razoável?”

Mas é a ordem cristã de “amar seus inimigos” que Freud considera ainda mais abominável devido a seu tipo de anti-humanismo.

Ele reconhece que ambas as ordens emanam do mesmo princípio: que o homem é mais que um animal e que ele é governado por leis universais mais poderosas que seus instintos. Para aqueles, como Novak, que atacam esse princípio, Freud encontra

“que o elemento de verdade por trás de tudo isso, que as pessoas estão tão dispostas a negar, é que os homens não são criaturas gentis que querem ser amadas e que, no máximo, podem defender a si mesmos quando são atacadas. São, ao contrário, criaturas tais que, em muitos de seus dotes instintivos, se encontram uma poderosa parcela de agressividade...”

Quem, diante de toda sua experiência de vida e história, terá a coragem de afirmar isso? Via de regra, essa agressividade cruel espera alguma provocação ou se coloca a serviço de algum outro propósito, cujo objetivo poderia ter sido alcançado por métodos mais brandos. Em

circunstâncias que lhe são favoráveis, quando as forças mentais contrárias que ordinariamente a inibem estão fora de ação, ela também se manifesta espontaneamente e revela o homem como um animal selvagem para quem a consideração com sua própria espécie é algo estranho...

Como já vimos, esta é precisamente a visão de Novak, que acha que o esporte serve para colocar o homem em contato com sua verdadeira natureza bestial. Para Novak - e para seus mestres oligárquicos, os mesmos que promoveram Freud e colocaram Hitler no poder - nos esportes encontramos a negação dos princípios da civilização cristã ocidental e a afirmação de uma religião pagã, gnóstica, baseada nos conceitos freudianos da destrutividade inata do animal humano. Ser fanático por esportes é adorar os deuses pagãos de Novak, como o Destino, e celebrar o que é desumano.

Um Rito Pagão

A palavra *fã* é derivada de *fanum*, que é latim significando um templo local³¹. Ser *fã* é, para Novak, participar de um rito pagão de passagem e um sacrifício. Ele vê o processo de se tornar torcedor como colocar o homem em contato consigo mesmo e com sua espécie, de uma forma que nenhuma religião pode oferecer:

³¹ Quem era servo de um *fanum* era chamado “*fanaticus*” (fanático). Seu plural é “*fanatici*”, também referindo-se a frequentadores do templo ou devotos de um culto, geralmente uma das religiões de êxtase ou orgiásticas, como a de Cibele. A palavra era frequentemente usada de forma depreciativa pelos antigos romanos ao contrastar esses ritos mais emotivos com os procedimentos altamente roteirizados da sua religião pública, e mais tarde pelos primeiros cristãos para depreciar outras religiões. *Fã* é abreviação de fanático (NT)

“Um objetivo humano mais preciso que a iluminação é a desumanização. Esportes como beisebol, basquete e futebol já são praticados como liturgias expressas de tal objetivo. Os pecados de uma religião são as glórias de outra.

Algumas pessoas "iluminadas" sentem-se levemente culpadas por seu amor pelos esportes. Parece menos racional, menos universal, do que seus ideais; elas sentem uma pontada de fraqueza. Os desumanos acreditam que o homem é um animal torcedor, pés plantados em um pedaço de solo, e que é perfeitamente expressivo de sua natureza torcer. Ser fã está totalmente de acordo com ser homem. Ter lealdades particulares não é ser deficiente em universalidade, mas ser fiel às leis da natureza finita humana”.

Muito disso é uma reafirmação da análise de Freud dos fenômenos de massa. Freud também afirma que torcer é uma expressão natural da agressividade básica do homem. Ele compara isso ao etnocentrismo e à xenofobia, que ele afirma refletir uma identificação instintiva com a própria espécie. Para Freud e Novak, o homem universal, o homem do Renascimento, é um neurótico. O homem é organizado, mais adequadamente, em formações semelhantes a animais, que atuam com seus próprios interesses estreitamente definidos, e não para o bem da humanidade.

As emoções de torcer coincidem com o desejo de ser amado em massa. A psicose produzida, que Freud chama de “narcisismo das pequenas diferenças”, torna-se imediatamente uma saída aprovada para a agressividade básica do homem, que, para não permitir excessos no indivíduo ou na massa, é preciso ter o cuidado de a regular. Apesar de Freud estar generalizando, a

aplicabilidade de tal fórmula de lavagem cerebral no torcedor esportivo é óbvia.

Novak também avisa que o torcedor esportivo pode se exceder, contra o qual ele adverte:

“Claro que existem fanáticos, fãs que comem, dormem e bebem (sobretudo bebem) seus esportes. Suas vidas passam a ser definidas pelo esporte. Da mesma forma que alguns políticos são devorados pela política, os pedantes pelo pedantismo, os pederastas pela pederastia, os bêbados pela bebida, os adoradores compulsivos pelo culto, os ninfomaníacos pelos falos e assim por diante. Todas as coisas boas têm suas perversões, o bem sendo desvirtuado, os ídolos transformados em Deus. Toda religião tem seus excessos. Esportes também.”

(Pode-se perguntar a Novak se ele acha a pederastia boa se não for exagerada.)

Enfraquecendo a Igreja, Novak vê a religião pagã e secular dos esportes como coisa que melhora as outras igrejas estabelecidas, fornecendo algo que elas não fazem. Mas uma religião pagã, cujo ensino e prática se opõem à doutrina cristã, como ele descreve o esporte, só pode minar o cristianismo.

Com certeza, esportes e religião na América estão unidos. As igrejas patrocinam times esportivos e até oferecem orações preparadas para ajudar nos resultados de jogos importantes. O mais famoso de todos os times de futebol, talvez seja o “Fighting Irish” da Universidade de Notre Dame que tem seguidores leais, na casa dos milhões, em todo o país e recebe, a cada ano para a universidade, milhões de dólares de direitos da televisão. O próprio Novak comentou que a coisa mais importante que a

Universidade de Notre Dame já fez, sua contribuição mais importante para a humanidade, é "*o mito do futebol de Notre Dame*".

A relação entre religião e a massa de assistentes de esportes é de vítima e doença. Foi uma falha da igreja - todas as igrejas - que não tenham visto como o esporte se tornou um poderoso oponente do cristianismo, cujo dogma é irreconciliável com o ensino cristão.

Por meio de assistentes de esportes de massa na TV, nossa população está sofrendo lavagem cerebral afirmando que o homem é um animal, que a verdade e o amor universais são conceitos sem sentido. Uma grande parte de nossa população está reduzida a um estado de obsessão emocional infantil pelo mundo da fantasia esportiva, de tal forma que é incapaz de compreender ideias profundas. Nossas igrejas não fazem nada para combater isso. Como diz Novak, as igrejas têm o bom senso de terminar seus sermões de domingo a tempo de permitir que as pessoas cheguem aos seus aparelhos de televisão para ver os jogos de futebol da tarde.

Alguns de vocês podem discordar do que acabamos de apresentar. Eu avisei que você encontrariam algum motivo para não acreditar. "*Essas coisas sobre vício e esportes serem uma religião pagã não me convencem*", posso ouvir alguns de vocês dizendo. "*Só assisto para me divertir.*" Você pode pensar que esse é o caso. Como dissemos repetidamente durante esta série, as melhores vítimas de lavagem cerebral são aquelas que enfaticamente declaram que não podem sofrer lavagem cerebral.

Pense no exemplo anterior da nona entrada do último jogo da World Series. A última tacada, duas bolas fora: uma tacada e tudo acabado; um ponto ganha o jogo para sua equipe. O

arremessador gira e solta a bola em direção ao prato. O batedor engatilha o taco. Suas mãos estão molhadas de tensão. Você faz uma oração silenciosa, pensando consigo mesmo: Por favor, deixe-o pegar. Por favor, é tudo o que precisamos. Isso não é pedir muito. A quem você fez essa oração, se não aos deuses do Destino de Novak?

"*Você tem que acreditar*", foi o grito de guerra do arremessador Tug McGraw quando o New York Mets de 1973 voltou para ganhar a flâmula da Liga Nacional, apenas para perder no sétimo jogo da World Series. "*Crer no quê?*" perguntaram a ele. "*Apenas acredite*", ele respondeu. "*Acredite no destino, no Destino. Apenas acredite, sem questionar, sem pensar. Sem qualquer razão. Querendo a vitória. Esse é o poder, cara. Essa é a força. Essa é a nossa magia...*" Nossos meninos estavam bem preparados, o "Treinador" Schwarzkopf falou assim no famoso briefing sobre a Guerra do Golfo. Eles tinham o melhor "plano de jogo" e o executaram perfeitamente, disse ele, enquanto dávamos nossa aprovação, sentados grudados em nossos aparelhos de televisão.

Foi uma guerra justa? Lutamos por um princípio moralmente definido? E o que dizer de todas aquelas mulheres e crianças inocentes que foram massacradas neste "melhor de todos os planos de jogo?" "*Quem diabos se importa*", diz o homem assistindo à televisão, com latas de cerveja empilhadas a seus pés. "*Nós ganhamos, não ganhamos? Isso é tudo o que conta. Você sabe o que eles dizem sobre vencer...*"

As pessoas que sofreram lavagem cerebral, seus olhos enterrados em seus aparelhos de televisão, sabem pouco que não possa ser reduzido às regras do campo de jogo. Como advertiu o estadista e prisioneiro político Lyndon H. LaRouche, um povo tão degradado corre o risco de perder a aptidão moral para sobreviver.

Da próxima vez que você estiver assistindo a um evento esportivo na televisão e tiver a sensação de estar totalmente envolvido no jogo, lembre-se do que leu aqui. Quando suas mãos começarem a suar, quando você começar a rezar para o deus do destino de Novak, tente se livrar disso. Vá até lá e desligue esse aparelho. Acredite em mim, a longo prazo, você vai se sentir muito melhor abandonando de vez os esportes.

E se você mora com um viciado em esportes, mostre a ele este artigo. Não ceda ao seu vício. Quando você desconfiar dos sintomas, vá até lá e desligue o aparelho. Esteja preparado para se esquivar de uma ou duas latas de cerveja voadoras. Mas em algum momento, um adulto deve colocar os pés no chão.

O Culto da Aptidão Física

Se os esportes, e especialmente a audiência de esportes, foram transformados em uma religião pagã, então um grande número de nossos concidadãos serão membros de um sub-culto, o culto da aptidão física.

Vamos ser precisos sobre o que estamos falando. O corpo humano requer uma quantidade de exercício para se manter saudável. Quando a pessoa não está prejudicada pela doença, uma quantidade moderada de exercício diário, em consulta com o médico, é útil e necessária para manter o corpo saudável e lidar com o estresse da vida diária. Esse exercício é tão necessário para os jovens quanto para os idosos, mas, novamente, o princípio operativo é o objetivo de manter um corpo saudável e vigoroso. Ao fazer isso, uma pessoa mantém seu corpo em estado de prontidão para agir conforme orientado pela razão moralmente aprendida. Nesse sentido, estar fisicamente apto nunca é um fim em si mesmo: está subordinado à razão, e o programa de condicionamento físico é assim concebido pela razão. Uma pessoa

que age para manter seu corpo tão em forma quanto razoavelmente possível, que, se sua vida diária não contém exercícios suficientes, projeta um programa de exercícios razoável, está claramente agindo em seu melhor interesse.

Deste tipo de meta razoável de aptidão física, devemos distinguir a neurose obsessiva atual de muitos americanos com aptidão física. Nesses casos neuróticos, a aptidão física torna-se um fim em si mesma, separada da razão. A pessoa fica obcecada pelo próprio corpo e pela percepção desse corpo como manifestação de sua identidade.

Embora existam exemplos da história do condicionamento físico sendo usado em práticas de culto em escala de massa, como no estado espartano ou, mais recentemente, no estado nazista, a mania atual do condicionamento físico não remonta a mais de 15 a 20 anos. Está intrinsecamente ligada à visão moral degenerada da chamada geração Eu dos anos 1970, com sua fixação obsessiva e infantil na gratificação dos desejos sexuais.

O surgimento da "geração eu" é o resultado da lavagem cerebral pela televisão – o primeiro "ciclo de enxágue", se você preferir – da "geração baby boom", como descrevemos em anteriormente. Os conceitos de certo e errado moralmente definidos, a base da civilização cristã ocidental, receberam um toque neofreudiano moderno através da programação de televisão e da cultura popular: ela nos dizia que não devemos ter culpa ou remorso por nossas ações, mesmo que elas violassem a moral cristã. Essa imbecilidade moral acendeu o estopim de uma explosão de hedonismo.

O componente erótico dessa explosão hedonista, impulsionado, em parte, pela revolução sexual da contracultura dos anos 1960 e sua infusão na cultura popular, levou a uma fixação no corpo

como expressão de sua identidade fundamental. A cultura popular ou de massa sempre atribuiu um valor desproporcional à aparência, mas agora diziam aos americanos que a imagem é tudo. A busca por uma aparência pessoal aprimorada e gratificações carnis aprimoradas levou a geração Eu, em seus tênis de corrida, em suas bicicletas e em academias e clubes de saúde, a números recordes nos anos 1970 e início dos anos 1980.

O principal recrutador desse culto era a televisão. Da década de 1970 até a década de 1980, a mensagem fitness foi inserida na programação televisiva. Estrelas de shows, incluindo as novelas diurnas, eram exibidas em academias de ginástica, corridas ou alguma outra forma de exercício. Havia um forte conteúdo sexual na mensagem: aqueles que se exercitavam geralmente estavam vestidos com roupas de ginástica reveladoras, e clubes e outros lugares eram mostrados como um lugar para flertar e atrair membros do sexo oposto.

A associação entre sexo e exercício foi feita no início da criação da mania com a promoção dos agora famosos e extremamente rentáveis vídeos de treinamento de Jane Fonda. Fonda é creditada por recrutar mais homens para o culto do fitness do que qualquer outra pessoa; estudos de marketing mostram que seus vídeos, assim como os outros vídeos de exercícios que, como o dela, apresentam mulheres em roupas de ginástica justas e reveladoras em várias posições provocantes, vendem em grande número para homens de meia-idade. Como um revisor comentou, esses vídeos representam pornografia socialmente aceitável. Mas o que estava sendo vendido era mais do que voyeurismo barato. O culto do fitness ajudou na promoção da doença do ambientalismo na população americana.

Desde o início da década de 1970, a televisão e outros meios de comunicação associaram o "fitness" ao conceito de homem, como

parte da natureza, estando em harmonia com as leis do reino da Natureza: todos os membros do culto fitness foram iniciados em regimes de "dietas saudáveis" e conceitos espirituais relacionados a "modos naturais de vida". A leitura de qualquer uma das muitas revistas de fitness revela artigos com esta mensagem.

A mensagem não tão oculta de tais revistas e programação de televisão e publicidade relacionada era que o homem não tinha domínio sobre a natureza, mas que ele era apenas "o mordomo da natureza". A natureza, ou assim nos disseram, dominava o homem, e se suas leis não fossem obedecidas, mesmo no domínio do corpo, o homem pagaria o preço com sua "saúde" e "bem-estar". (Antes de alguns de vocês pularem na minha garganta, vamos esclarecer novamente que não estamos falando de fatos medicamente comprovados sobre hábitos alimentares saudáveis ou programas de exercícios moderados, conduzidos sob supervisão de médicos; estamos lidando com comportamento obsessivo e estamos falando aqui de uma perspectiva que se tornou uma justificativa para esse comportamento obsessivo. Portanto, fiquem em seus lugares, por favor, e continuem a ler.)

De acordo com essa mensagem espiritual, o exercício trouxe o homem para uma comunhão mais íntima com sua natureza animal; dizia-se até que isso tinha um efeito terapêutico na consciência do homem, dando-lhe uma sensação de paz interior. Na contracultura do final dos anos 1960, esse mesmo absurdo estava contido nas pregações da "medicina holística", "meditação transcendental", "EST" e outros cultos. O conceito operacional era um "barato sem drogas" ou um "barato natural". Isso estava sendo reproduzido em um contexto ligeiramente alterado, ganhando alguns antigos e muitos novos recrutas.

Ao identificar o homem como parte da natureza e focando-o em seu aspecto menos humano, seu componente corpóreo, os

propositores do culto do fitness criaram pessoas com simpatia pelo ambientalismo. Programadores de televisão inseriram em programas personagens que são loucos por fitness e ambientalistas radicais.

A princípio, os anúncios e os programas de televisão imprimiam essas imagens de maneira sutil, por meio da difusão de fotos de pessoas de bicicleta ou correndo como parte acessória de outra atividade ou comendo cereais “saudáveis”, etc.

Agora, a mensagem é mais direta. Os anúncios apontam abertamente para esse mercado fitness-ambiental: *“Eu me exercito para cuidar do meu corpo. Eu como a comida certa. E quero tornar minha cidade ambientalmente segura para meus filhos”*, diz uma jovem mãe em um anúncio de sabão em pó em um recipiente descartável e reciclável. Essa sequência de predicados parece totalmente natural para você, não é? É assim que funciona a lavagem cerebral.

Funciona tão bem que a maioria das pessoas nem se lembra que costumava associar Jane Fonda, antes de seus vídeos de treino, com a palavra “kook” ou “nut”³² para suas várias posições esquerdistas ou ambientais nas décadas de 1960 e 1970. Ela ainda é uma maluca, mas uma pesquisa recente descobriu que a maioria das pessoas agora associa seu nome a exercício ou fitness.

Dor e Agonia

Como dissemos anteriormente, um regime de exercícios bem definido pode ajudar um indivíduo a manter sua saúde. Na maioria das vezes, para um membro do culto da aptidão física, um programa de exercícios dirigido pela obsessão infantil com o corpo

³² Gírias que significam louco (NT)

e a aparência pode ser destrutivo para a saúde; pode até ameaçar a vida de alguém.

Médicos envolvidos com esportes ou prática médica relacionada ao condicionamento físico notaram um grande número de lesões debilitantes e até incapacitantes diretamente atribuíveis ao exercício obsessivo. Eles observam que nos últimos anos, o número de tais lesões está aumentando.

Em muitos casos, típicos das neuroses obsessivas, o indivíduo não consegue parar de se exercitar, mesmo estando ferido, mesmo quando orientado pelos médicos. A pessoa é movida pela obsessão, que domina sua razão. A semelhança com uma vítima de lavagem cerebral programada foi notada por alguns observadores clínicos. Nos piores casos, os obcecados pelo exercício não têm consciência de seu comportamento destrutivo e, mesmo quando alertados, não conseguem contê-lo.

Mas, para que ninguém diga que esses são apenas casos extremos, a maioria dos envolvidos com o culto do fitness adere ao credo muitas vezes repetido: "Sem dor, sem ganho". Embora esse masoquismo tenha sido fortemente denunciado pelas autoridades médicas, foi reforçado pela cultura popular, incluindo a programação da televisão. De acordo com um médico, "*Nada do que dizemos parece importar. As pessoas acreditam no que veem e ouvem na televisão. Eles acreditam que as pessoas devem se exercitar além do ponto de colapso físico e dor*". A dor é frequentemente o assunto de orgulho e discussão entre os membros do culto. Mesmo ferimentos agonizantes se tornam uma experiência catártica, a ser saudada com simpatia e admiração pelos membros do culto.

Em parte, essa fixação na dor reflete a lavagem cerebral em massa da população em torno do conceito freudiano do princípio

do prazer: que o prazer está inexoravelmente ligado ao desprazer, e que uma experiência prazerosa é apenas a ausência de desprazer ou, neste caso, dor. Por essa lógica distorcida, tira-se prazer do fim de uma experiência dolorosa; portanto, a dor leva ao prazer.

Essa perspectiva tem seu correlato político e econômico na demanda por austeridade econômica e sofrimento. O mesmo tipo de lógica freudiana é resumido no famoso apelo ao sacrifício do substituto de Lazard Freres, Hjalmar Schacht, Felix Rohatyn; a escolha, disse ele aos nova-iorquinos durante a crise da falência da cidade de Nova York em meados da década de 1970, era entre "Dor e Agonia". Mas o problema é ainda pior do que isso. O culto da aptidão física, ou mais precisamente um de seus subcultos, vai matar ou destruir fisicamente milhões de nossos jovens.

Na última metade da década de 1980, surgiu uma vasta subcultura adolescente impulsionada por uma obsessão com o tamanho dos músculos e bombada com drogas para musculação. Especialistas que traçaram e estudaram essa tendência estimam, do lado conservador, que existem pelo menos 5 a 10 milhões de jovens envolvidos com essa obsessão. Desse número, algo entre 500.000 e 1 milhão de adolescentes estão envolvidos com o uso de esteróides do mercado negro ou ilegais.

Os números são ainda mais surpreendentes desde que recentes campanhas publicitárias generalizadas identificaram o uso de esteróides e outras drogas de musculação como potencialmente prejudiciais e até fatais. Estudos mostraram que a maioria dos usuários não contesta as alegações médicas. Eles estão usando as drogas de qualquer maneira, e até dão as boas-vindas ao resultado talvez fatal. O credo desse culto à morte é "morra jovem, morra forte", de acordo com um artigo recente do U.S. News & World Report. Em parte, esse uso é atribuível a imagens

na cultura popular recente de heróis bombados, como Rambo ou Exterminador do Futuro, bem como jogadores de futebol e outros, com seus enormes contracheques.

Mas essas imagens sozinhas e seu efeito de lavagem cerebral em massa não podem explicar a existência desse culto. O ímpeto psicológico mais profundo para esse fenômeno está na natureza infantil da sociedade adulta como um todo, com sua própria obsessão pela aptidão física e desejos carnisais. Não são as drogas que impulsionam a obsessão, mas o contrário. O comportamento obsessivo da juventude imita a sociedade adulta, com seus próprios desejos infantis de gratificação da carne, em detrimento da razão criadora, e como característica desta, a fixação pelo esporte e pelo corpo humano.

Nos jovens de hoje, essa fixação leva a um narcisismo destrutivo, com foco no tamanho dos músculos do corpo. Começa com uma insegurança em relação ao próprio corpo; é seguido por uma tentativa de corrigir essa insegurança por meio de regimes de levantamento de peso e dieta. Mas quando isso falha e a insegurança continua, as drogas se tornam uma alternativa.

No caso dos jovens atletas, a hiper competitividade do ensino médio e de outros esportes organizados cria a insegurança que impulsiona esse ciclo. O atleta motivado recorre às drogas para melhorar o desempenho ou para aumentar o volume para enfrentar o desafio da competição intensa. Deve-se enfatizar, no entanto, que a maioria dos usuários de esteróides são homens brancos de classe média que nunca levaram a sério uma carreira atlética e mais de um terço nunca participou de um time do ensino médio.

Esperava-se que a divulgação dos perigos do uso de drogas resolvesse o problema. Parece que, em vez disso, estar tendo um

efeito oposto. Os atletas que usaram esteróides tornaram-se apenas anti-heróis, que são reverenciados pelo núcleo radical desse culto à morte. O crescimento dessa subcultura foi promovido vigorosamente pelos meios de comunicação de massa, especialmente a televisão. Um dos programas mais populares entre os jovens adolescentes é American Gladiators. Apresenta competições entre homens e mulheres bombados em testes de resistência e força em um cenário futurista.

Os adolescentes são o maior número de 7 milhões de leitores regulares das chamadas revistas de músculos, bem como revistas de luta livre, que são promovidas por meio de publicidade na televisão. Essa mesma faixa etária ajuda a fazer grandes sucessos de bilheteria de filmes com heróis bombados como Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone e Jean-Claude Van Dame.

Novamente, é errado olhar para esses números e concluir que essa programação é direcionada apenas para crianças. A geração Eu, agora adultos de meia-idade, também assiste a American Gladiators e vai ver os filmes do Exterminador do Futuro ou alugá-los para assistir em casa. Não há possibilidade de quebrar esse subculto em nossa juventude, sem que os adultos quebrem o culto muito maior da aptidão física, mas igualmente mentalmente destrutivo.

Pense nisso enquanto você assiste seu vídeo de exercícios ou assiste com grande interesse a esses comerciais de vários alimentos saudáveis. Tente imaginar como será a próxima geração – ou, se, enfim, haverá uma próxima geração.

MTV é a Igreja de Satanás

Não há necessidade de lembrá-lo de desligar a televisão. Pelo que dissemos até agora, você sabe que é impossível seguir o que estamos prestes a dizer se você estiver com a televisão ligada.

Mas quero acrescentar uma nova pré-condição: quero que você desligue o rádio, especialmente se estiver tocando música popular. Nesta seção, discutiremos a relação da música, em particular da música popular, com sua lavagem cerebral pela televisão. Você vai precisar de sua cabeça livre de todo ruído de fundo, para que você possa se concentrar no que vamos apresentar e refletir sobre isso. Então desligue o rádio também.

Nos últimos quarenta anos, a televisão ajudou a organizar a cultura popular em um culto satânico cujos valores são a contraposição direta à moralidade judaico-cristã.

O homem se distingue do animal pelo fato de ser feito à imagem de seu Criador, o Deus vivo, e de cada ser humano ter recebido do Criador uma centelha divina de razão, que nos capacita a realizar a vontade de Deus. Na medida em que agimos em relação a nossos semelhantes por meio da sabedoria da razão moralmente aprendida, agimos mais como humanos, menos como animais.

A sociedade está agora organizada em torno de uma cultura popular dominada pelo deus de Eros de Freud e a busca do prazer hedonista como um objetivo em si. Razão e beleza deram lugar a celebrações em massa do grotesco e infantilismo anarquista.

Perdemos nossa capacidade de amar outros seres humanos, no sentido cristão da palavra, ágape.

No atual epicentro dessa cultura hedonista de massa está o que o líder político Lyndon LaRouche chamou de "igreja de um só olho de Satanás" – Music Television Networks ou, como é mais conhecida, MTV. Ele emite uma mensagem ininterrupta de 24 horas de sexo, violência e hedonismo para uma audiência diária de televisão a cabo de mais de 25 milhões de pessoas apenas nos Estados Unidos.

Começando há 11 anos, a MTV se tornou uma expressão total da cultura popular jovem, apresentando seu próprio noticiário, notícias da cultura pop, um desfile de moda, uma hora de comédia e seus segmentos de videocliques de rock para todos os gostos pervertidos. Ela se ramificou para um segundo canal, VH-1, que apresenta videocliques projetados para os mais velhos, os 25-50 anos, com ênfase especial nos "oldies" – músicas dos anos 1960 e 1970. Enquanto isso, desdobramentos de videocliques da MTV proliferaram nas redes de televisão.

Em menos de uma década, a MTV fagocitou a América, especialmente sua juventude. Através do poder da televisão, os valores e métodos da MTV infectaram todos os aspectos da cultura popular americana. O videoclipe é agora a forma padrão de publicidade na televisão, com imagens e sons adaptados para atender a produtos individuais; os noticiários têm sequências de vídeos musicais; shows esportivos e eventos esportivos usam vídeos de música; quase toda a televisão agora emprega o que os produtores chamam de "valores de produção da MTV", incorporando uma ou outra forma de "música" da MTV em seus programas. Assim, a cultura jovem anti-cristã como retratada pela MTV tornou-se a força cultural dominante do final do século XX.

Nesta seção de nosso relatório, tentaremos explicar com mais detalhes como isso aconteceu ao longo das últimas três gerações, antes de dar uma visão mais detalhada da própria web maligna da MTV.

O mal se expande

Em 3 de outubro de 1992, a cantora de rock irlandesa Sinead O'Connor apareceu em rede nacional de televisão no Saturday Night Live da NBC. No meio de uma versão ao vivo de sua música a capela³³, "War", a cantora, conhecida por sua cabeça raspada e voz estridente, exibiu uma foto colorida de 8 x 12 polegadas do Papa João Paulo II; gritando "Combata o verdadeiro inimigo", e metodicamente rasgou a foto do pontífice.

Em poucos minutos, a NBC foi inundada com mais de 500 telefonemas expressando indignação com o que havia acontecido. No dia seguinte, líderes católicos e outros anunciaram um boicote aos discos de O'Connor, incluindo a nova música "War", que já havia sido transformada em videoclipe, antes do ataque aberto ao Santo Padre.

Mas, na MTV, não houve boicote a O'Connor. O "noticiário" da MTV discutiu o furor da cantora e indicaram que os milhões de fãs de O'Connor em todo o mundo dificilmente a boicotariam ou tirariam seu piercing de nariz devido ao comportamento dela. Disse um jovem entrevistado em um programa de noticiário da televisão local: *"É um país livre. Ela é uma artista. Ela tem o direito de se expressar da maneira que achar melhor."* Até agora, a gravadora de O'Connor informa que suas vendas permanecem estáveis. Eles não esperam que isso mude.

³³ Música a capela: música somente vocal sem acompanhamento instrumental (NT)

O poder da igreja caolha de Satanás, MTV, agora desafia abertamente a Igreja e todas as religiões. Alcançando mais de 50 milhões de lares por meio de redes a cabo nos EUA e outros 200 milhões em 70 países nos cinco continentes, oferece a pregadores como Sinead O'Connor um meio de alcançar seu rebanho de jovens.

Por mais chocante que o comportamento de O'Connor tenha sido na televisão nacional, para a MTV, isso é de menos. Por exemplo, um artista do gênero chamado "dark metal", que rotineiramente apresenta em seus vídeos símbolos satânicos como cruces de cabeça para baixo e caveiras, bem como letras anticlericais e anticristãs, de Glenn Danzig, tem o que o New York Times descreve como *"interesse acadêmico no problema do mal: se existe um Deus amoroso, onisciente e onipotente, por que Ele permite tanta dor e sofrimento?"* Segundo o The Times, *"Sr. Danzig disse que encara a igreja e o estado como males que cooptaram a imagem da justiça. Se a igreja e o governo são bons, o Sr. Danzig parece dizer em suas canções, ele está mais do que disposto a rotulá-los como mal."*

Danzig e seu grupo de mesmo nome estão entre vários grupos e artistas apresentados pela MTV, como Sinead O'Connor, que buscam ativamente a destruição da Igreja e de toda religião organizada como pré-condição para uma nova sociedade baseada em um satanismo, anti-ordem cristã - a chamada "Nova Era". O segundo álbum de seu grupo, intitulado "Lucifuge", apresentava uma música intitulada "Snakes of Christ". A própria religião é a corrupção que o homem deve rejeitar, grita o vil Danzig, acompanhado de imagens de vídeo apropriadas: *"Serpentes do Senhor rastejando para a vontade de Deus / Serpentes do seu Senhor rastejando, trazendo todo o mal"*.

The Times, o jornal porta voz do Establishment Ocidental, eleva esse mal a "arte extrema". Em sua "crítica" erudita à cultura da MTV, o The Times classifica as canções como "pensamentos provocativos" de Danzig e seu álbum de ataque à religião como "um dos álbuns de rock mais completos e absorventes do ano. *"A escuridão na música é um espelho para a escuridão da sociedade – as devoções vazias e o discurso duplo alienante de políticos e guardiões espirituais nomeados por eles mesmos"*, escreveu o crítico do Times, Jon Pareles. *"As melhores bandas de dark metal podem ser um anátema em alguns lugares. Mas não pode haver dúvida de sua intenção artística."*

Atacar Deus como um mal, pregar a destruição da religião e dos "falsos" valores morais da civilização judaico-cristã, é o conteúdo e a intenção implícitos e explícitos da lavagem cerebral da MTV. Isso é o que está sendo abençoado pelo establishment por meio de seu porta-voz The New York Times e inúmeros outros meios de comunicação que deram sua bênção ao que é conhecido como "a experiência da MTV".

Esta é a rede que conquistou seus filhos. Mas antes de prendê-los, essa teia do mal prendeu você. E esse é um ponto importante a ser lembrado, porque se você, a população adulta da América, não sofresse lavagem cerebral, não haveria como recrutar com sucesso seus filhos para o mal que a MTV prega, não importa quantas pessoas poderosas o apoiem ou o que a mídia fala sobre isso.

A mudança de paradigma freudiano

Em uma seção anterior deste relatório, nos referimos ao que seus lavadores de cérebro chamam de mudança de paradigma – a mudança de conjuntos de crenças e valores que governam a sociedade. Explicamos que essas mudanças de paradigma não

ocorrem da noite para o dia, mas ocorrem ao longo de várias gerações.

Um marcador dessa mudança de paradigmas sociais são os valores incorporados na cultura popular jovem. A perspectiva moral ou consciência social de alguém (o que os freudianos chamam de superego) é moldada pela experiência juvenil. Ela é assimilada, aprendida com os membros da família e com as instituições, como a igreja e as escolas, que atuam como substitutas dos pais. Se você quer mudar os valores sociais, então é mais fácil fazê-lo tendo como alvo os jovens, antes que esses valores sejam reforçados pela sociedade como um todo.

É exatamente isso que está sendo feito com a MTV. Os lavadores de cérebro de seus filhos criaram uma contra-instituição, que prega valores contrários aos da igreja e da sociedade como um todo. Mas para que tal esforço seja bem sucedido, eles devem neutralizar a influência positiva dos pais, da igreja e das escolas, ou pelo menos enfraquecer tais influências.

Nos últimos 40 anos, como já explicamos, o principal veículo para a lavagem cerebral em massa tem sido seu aparelho de televisão. A televisão, por meio de sua promoção aberta do rock e da cultura doente que o cerca, foi o principal recrutador da contracultura jovem; aqueles que não eram participantes ativos ou mesmo ofereciam oposição nominal, ainda assim participaram indiretamente na experiência de lavagem cerebral em massa por estar assistindo televisão naquele período.

Assim, sua tolerância à contracultura rock-droga-sexo, na programação da televisão, enfraqueceu sua capacidade de influenciar seus filhos. Foi isso que abriu a porta para a MTV.

O poder da música

Desde o advento da tecnologia da imagem em movimento e da tecnologia de gravação de som, os lavadores de cérebro em massa organizaram a cultura popular jovem em torno de filmes e música, especialmente disseminada pelo rádio, televisão e filmes.

A música, em sua forma clássica, tem o poder de levar a alma humana a um diálogo racional com as leis do universo. Ao contrário da opinião pública, a grande música clássica de um Mozart ou de um Beethoven não é um ato de gênio místico e incognoscível, mas o produto de um método cientificamente descoberto que pode ser ensinado e reproduzido. Como tal, a grande música clássica é uma celebração do que há de mais humano no homem, o que está mais ligado à centelha divina dada a ele pelo Criador.

As formas românticas ou outras de música banal apelam às emoções e procuram fazer com que as emoções dominem o intelecto e a razão. A música romântica degrada o homem, o reduz a um estado mais bestial.

Freud, que via o homem como um animal, compreendia o poder da música de manipular os homens para que agissem como animais. Reconhecendo implicitamente sua conexão com a lavagem cerebral, ele afirmou que a música toca "o instrumento da alma", da mesma maneira que sua psicanálise o fez. Ele e os neo-freudianos também viram o poder especial da música romântica, seja na forma de peças wagnerianas da "alta cultura" ou canções populares mais banais, para apelar de maneira mais direta ao que há de mais infantil e animalesco no homem, o que eles chamaram de it ou id.

Vários freudianos chegaram a estudar os efeitos em “pessoas primitivas” dessa chamada música, observando que ela os levava a um frenesi, desencadeando orgias de sexo e até sacrifício de sangue. Isso, diziam, comprova o poder dos sons musicais de libertar o homem de suas inibições, do controle de sua consciência moral, o superego. Essa “liberdade” devolve o homem a um estado natural e, eles observaram, se devidamente trabalhada, pode removê-lo do domínio da falsa ideologia e das proibições criadas pelos ensinamentos religiosos judaico-cristãos ocidentais.

A bruxa maligna, Margaret Mead, e outros chamados antropólogos sociais, depois observaram, na cultura primitiva, a relação das drogas com a música; tais alucinógenos naturais, como o mescal, aumentaram o comportamento selvagem e desinibido. É em torno desses estudos e observações que a contracultura rock-droga-sexo foi eclodida pelas redes associadas à Escola de Frankfurt e ao Instituto Tavistock.

Explicamos anteriormente como imagens e mensagens em programas de televisão assistidos por jovens são reproduzidas mais tarde em comportamento na vida. Vários estudos mostram que uma música ou peça musical associada à infância, quando ouvida mais tarde na vida, pode evocar memórias e associações desse período anterior. Esse é o apelo de marketing do que a MTV e as estações de rádio chamam de “antigas clássicas”, músicas de 15 a 25 anos atrás voltadas para a população adulta. A música popular codifica memórias no ouvinte que são evocadas ao ouvir a mesma música, desencadeando assim um estado emocional infantil.

Pense por um momento e você verá que o que estou dizendo é verdade. Se você está na casa dos 40 anos, tem lembranças vívidas da década de 1960, a maioria das quais está associada à cultura jovem da época. Quando você ouve uma música dos

Beatles daquela época, ou dos Rolling Stones, ou dos Beach Boys, o que acontece? Você tem um flashback emocional. Um estado de sentimento é induzido que o traz de volta a aquele tempo.

Vamos dar um exemplo mais preciso. Você está andando em uma loja com música rock. De repente, uma música dos anos sessenta surge nos alto-falantes: "Sweet Judy Blue Eyes" de Crosby, Stills, Nash and Young. Sua mente volta para aquela época, há mais de 20 anos. Você começa a fazer associações inconscientemente, lembrando-se de uma garota com quem você estava e de uma época em que os hormônios juvenis estavam um pouco fora de controle. A música dura apenas alguns minutos e toda a experiência parece passar sem nada além de uma lembrança calorosa de algum tempo e lugar distantes.

Mas então, sem nem perceber, você começa a olhar com um olhar estranho e uma sensação ainda mais estranha para algumas das jovens que passam. Você está fantasiando, em uma espécie de devaneio. Sua mente foi trazida de volta ao estado emocional infantil de 20 anos atrás! Apenas por ouvir uma determinada música.

Seja honesto agora: nunca aconteceu algo assim com você? Quanto mais frequentemente você ouve essa música "dos anos dourados", quanto mais tempo você passa fantasiando, mais você tende a viver em um estado de sentimento infantil, em uma espécie de distorção do tempo emocional.

Durante o auge da contracultura, estimava-se que mais de 50 milhões de americanos experimentaram drogas de todos os tipos, a maioria com idades entre 10 e 25 anos. Grande parte desse uso de drogas estava associada ao desempenho ou à audição de rock.

Não surpreendentemente, estudos recentes revelam que, hoje, tocar essas canções de rock dos anos 1960-1970 pode trazer de volta lembranças da experiência com drogas para um grande número de americanos mais velhos; nos casos mais extremos, geralmente envolvendo pessoas que usaram drogas psicodélicas como LSD ou mescalina, ouvir certas músicas de rock pode causar flashbacks de drogas, idênticos ou imitando as próprias experiências com drogas.

Na superfície, isso pode não parecer afetar o comportamento diário individual. No entanto, estabelece um vínculo emocional entre a geração "baby boomer" e seu passado infantil e irracional. Torna a população adulta em geral mais tolerante com a geração MTV e seus hábitos culturais.

"Ei, caras, está tocando a sua música", diz o viciado em MTV para seus pais dos "velhos anos dourados", achando legal que eles também tenham as músicas deles. Nos últimos 40 anos, a lavagem cerebral na televisão enfraqueceu tanto a resistência moral de cada geração adulta passada, que foram incapazes de transmitir os valores da civilização ocidental judaico-cristã a seus filhos. Em vez disso, os valores sociais são transmitidos por meio de autoridades substitutas, como aparecem na cultura popular na televisão.

Os lavadores de cérebro que, em última análise, controlam o conteúdo da programação televisiva, garantiram que ela mantenha várias gerações em sua imbecilidade moral e infantilismo. Tem havido uma onda recente de programação nostálgica, apelando para a geração de baby boomer quando eram infantis; tais programas apresentam a música popular daquele período.

Essa programação estabelece e reforça a autoridade emocional da MTV, criando o clima para sua aceitação por nossa cultura juvenil

multi geracional e infantil. A MTV retribui o favor continuando o padrão de vício em televisão para as novas gerações de jovens. E as portas desta igreja de Satanás estão sempre abertas, sem parar 24 horas por dia, 365 dias por ano.

O Ataque à Razão

Imagine-se sentado sozinho em uma sala semi-escurecida. À sua frente está um aparelho de televisão, com a programação da MTV ligada. Há cores brilhantes, flashes de luz, imagens oníricas misturando-se umas às outras, todas acompanhadas por sons altos de música rock eletrônica amplificada. À medida que as imagens piscam, há uma batida constante e pulsante na música.

Então, de repente, há silêncio. As imagens param de piscar e surge a voz de um locutor. Por um instante é o rosto dele na tela, então se dissolve. Um ruído alto e pulsante surge ao fundo, enquanto sua voz é dominada pelo som da próxima "música". Ruídos cada vez mais altos, cores mais vivas, flashes de luz e imagens, acabando por se dissolver no olhar do chamado artista. Uma batida pulsante acompanha as imagens, que mudam rapidamente e novamente se dissolvem no olhar do artista, aparentemente declamando a letra. Dentro de quatro minutos, mais ou menos, este segmento termina, e há outro breve momento de silêncio. Então, dentro de alguns segundos, o processo começa novamente.

Esse ciclo de luzes, cores e ruídos se repete em segmentos de aproximadamente quatro minutos cada; os segmentos de quatro minutos se fundem em uma sequência mais longa de vários segmentos variando entre 16 e 30 minutos. As sequências são quebradas apenas para mensagens comerciais, que são quase impossíveis de distinguir dos segmentos musicais.

Conforme você continua a assistir, você se descobre inconsciente de qualquer coisa fora das imagens e sons que emanam do aparelho. Você perde a noção do tempo e desenvolve a sensação de estar dentro do que está sendo projetado na tela. Sua mente está completamente ligada às sensações vindas da tela. Você sente uma sensação de excitação, aguardando ansiosamente o próximo ataque audiovisual aos seus sentidos.

Quando o aparelho é finalmente desligado, a música e as imagens continuam se repetindo em sua mente. Nos primeiros momentos após o término de uma experiência de duração moderada, você se sente confuso e desorientado. É difícil se concentrar em qualquer coisa e ainda mais difícil prestar atenção em uma discussão complicada. Você se encontra, inconscientemente, cantarolando uma das músicas que ouviu; à medida que o faz, algumas das imagens são lembradas.

Isto é o que assistir à MTV faz com a sua mente; é ainda pior para mentes mais jovens, mais impressionáveis, que foram criadas na televisão. Com o tempo, com a visualização habitual da MTV, a capacidade de atenção de uma pessoa tenderá a desmoronar logo após 4 minutos, como acontece no segmento de quatro minutos do videoclipe.

Toda televisão, se vista habitualmente por um longo período de tempo, é cognitivamente destrutiva. A imagem visual tende a desligar as funções nervosas centrais associadas à razão humana, como observou o lavador de cérebros Fred Emery vinte anos atrás. Emery afirmou que havia uma maneira simples de desintoxicar de tal estado: ficar longe da televisão por alguns dias.

Mas Emery escreveu antes da era da MTV. O formato da MTV induz um estado de transe hipnótico em seus espectadores viciados, torna-se muito mais difícil “desligar”; adicione a isso, os

efeitos de reprodução - as imagens e vídeos - reproduzidos na cabeça, mesmo quando o aparelho está desligado, e você é vítima de uma das ferramentas mais entorpecentes para lavagem cerebral em massa.

Os lavadores de cérebro percebem o poder da MTV. Em um livro sobre a MTV, intitulado "Rock Around the Clock", de E. Ann Kaplan, a diretora de algo chamado Instituto de Humanidades da Universidade Estadual de Nova York em Stony Brook, escreve que a MTV

"hipnotiza mais do que outra [televisão] porque consiste em uma série de textos curtos que nos mantêm em um estado excitado de expectativa....A constante esperança de que o próximo vídeo finalmente nos satisfaça nos prende e, atraídos pela sedutora promessa de plenitude imediata, continuamos consumindo interminavelmente os pequenos cliques. A MTV leva assim ao extremo um fenômeno que caracteriza a maior parte da televisão..."

Kaplan, usando a terminologia dos filósofos da Escola de Frankfurt que falam de "uma visão pós-modernista", diz que assistir à MTV produz uma "experiência descentralizadora" que desafia as normas valores como eles são logicamente representados pela consciência moral social. A MTV, diz ela, não tem um ponto de vista único, nenhuma filosofia, apenas uma negação da razão como perspectiva, em favor de expressões de "desejos, fantasias e ansiedades", que ela chama de consciência "pós-moderna".

Kaplan indica que a disposição de aceitar doses pesadas de sexo e violência em videoclipes é reflexo do poder do meio que os apresenta. Por esmagar a razão com sensações audiovisuais, não pode haver verificação da realidade, nenhum esforço para separar a experiência da realidade. O espectador habituado da MTV torna-

se um cativo mental, um prisioneiro do mundo não-racional, animalesco, apresentado nos videoclipes.

Usando uma metáfora do Panóptico de Michel Foucault, Kaplan sustenta a observação de que assistir à televisão, e especialmente à MTV, equivale a ser um prisioneiro vigiado. O telespectador que sofreu lavagem cerebral tem apenas a ilusão de que controla suas escolhas, que na verdade são fornecidas a ele, 24 horas por dia, por aqueles que observam seu comportamento – os programadores da MTV.

Eles traçam um perfil com as respostas dos espectadores por meio de pesquisas e ajustam a programação para aumentar o efeito de lavagem cerebral. A MTV, observa Kaplan, é construída sobre “*um conhecimento cada vez maior de manipulação psicológica*”. A combinação de som e imagem de vídeo pela MTV é um esforço para abortar o pensamento raciocinado apelando diretamente ao aparato sensorial. O videoclipe representa um modo literalmente de “não-pensamento”, que substitui a percepção e a sensação do pensamento. Durante os quatro minutos do videoclipe, uma realidade artificial é criada, muito parecida com a de uma experiência com drogas.

Freud e os lavadores de cérebro que o seguiram entenderam o poder da música de atingir diretamente a emoção. No entanto, a música, mesmo a música mais romântica, por si só não é literal. Requer alguma atividade cognitiva para relacionar os sons e as palavras aos objetos-pensamento. A combinação de música com imagens, no entanto, ajuda a curto-circuitar qualquer pensamento, fornecendo uma representação literal da mensagem musical.

A maioria dos videoclipes não se presta a uma análise racional. Isso é intencional: eles estão operando no nível emocional. Nesse estado, entra em jogo o poder dissociativo da televisão. A visão de

um viciado produz um olhar de transe, através do qual se recebe mensagens e imagens sem questionar.

Em condições sociais normais, um jovem, especialmente um criado em uma família imbuída dos valores morais da civilização judaico-cristã, pode rejeitar esse esquema diante das ações vulgares e licenciosas de estrelas do rock, homens e mulheres, como são retratadas nos vídeos. A primeira reação seria desviar os olhos ou cobri-los. Mas quando esse material é apresentado na MTV, o comportamento aberrante não é questionado por seu público jovem. O espectador, em seu estado de transe, recebe as imagens e o som que os acompanha sem sentir vergonha. Não há tempo para reflexão, não há tempo para pensar, pois as percepções sobrecarregam os sentidos. Onde não há razão, não pode haver moralidade.

Na terminologia da lavagem cerebral em massa freudiana, o espectador de um videoclipe está em um estado induzido que mais se assemelha a um sonho. Ele é ajudado ou levado a esse estado através do piscar repetitivo de cores e imagens, sobrecarregando o sistema visual, enquanto a pulsação e a frequência da batida do rock tem um efeito semelhante no aparelho auditivo. Nesse estado onírico, a consciência moral, ou em termos freudianos, o superego, é posta de lado e há acesso direto às emoções mais infantis do id. A raiva anti-social e os desejos eróticos, controlados pela consciência moral, podem agora ser trazidos à tona.

A conexão feita entre o espectador e o videoclipe, em termos de lavagem cerebral freudiana, é a de uma realização de desejo, uma expressão dos desejos do id infantil de se expressar, sem o constrangimento da consciência social. O que resta dessa experiência, principalmente se for repetida muitas vezes, é uma sensação de ansiedade e conflito entre a realidade e as imagens

do videoclipe. Isso cria uma confusão moral, especialmente em jovens espectadores cuja consciência carece de desenvolvimento e força. Produz um mau humor que aumenta ainda mais a tendência de respostas emocionais não racionais a situações da vida cotidiana.

O espectador de um videoclipe entende o que viu? Na verdade, não, porque a compreensão é uma função da razão. As emoções não podem entender, elas só podem reagir. Estudos de telespectadores da MTV descobriram que eles podem lembrar apenas certas imagens grotescas e algumas frases marcantes que podem acompanhá-las. Eles não podem se lembrar de músicas inteiras, mas podem se lembrar de ritmos e batidas. Esses mesmos estudos também mostram que, embora não possam explicar o conteúdo de um videoclipe, podem descrever fortes sentimentos que se associam a ele.

Observou-se que tocar uma determinada música sem as imagens de vídeo pode fazer com que um espectador viciado, que já o tenha visto, reproduza as imagens do videoclipe, como se estivesse em uma tela de slides na mente. Não há fluxo, nem continuidade, nas imagens: é como se fossem instantâneos mentais, associados a sons particulares, que por sua vez estão associados a sentimentos particulares. Os lavadores de cérebro dizem que as imagens visuais foram impressas na memória; elas são codificadas pelos sons. Quando esses sons são reproduzidos, mesmo na ausência das imagens, as imagens são lembradas, criando a sensação de estar envolvido na experiência do videoclipe. É assim que seus filhos estão sendo programados.

Quanto mais alguém assiste à MTV, mais tende a pensar levados por essas imagens emocionais. O ex-aluno esquerdista e atual crítico social, Todd Gitlin, agora professor de sociologia em Berkeley, disse à revista Time que a MTV "*acelerou o processo*

pele qual as pessoas são mais propensas a pensar em imagens do que em lógica”.

Aqueles que criaram a MTV estavam bastante conscientes desse efeito. Robert Pittman, a pessoa que recebeu mais crédito por sua criação e operou a MTV até 1986, declarou: *“O que introduzimos com a MTV é uma forma não narrativa. Ao contrário da televisão convencional, onde você conta com enredo e continuidade, nós contamos com humor e emoção. Nós fazemos você sentir, de certo modo, como alguém que se recusa a seguir qualquer conhecimento em particular.”* As gerações criadas pela TV, diz Pittman, formam suas impressões das coisas a partir de quadros e imagens e não de palavras.

Pittman conseguiu que a MTV estabelecesse uma nova forma de consciência, o tipo de dissociação mental que o lavador de cérebros Fred Emery identifica como o paradigma “Laranja Mecânica”:

“Você está lidando com uma cultura de bebês da TV... O que as crianças não conseguem fazer é seguir as coisas por muito tempo. Elas ficam entediadas e distraídas, suas mentes vagam. Se as informações forem apresentadas a elas em fragmentos curtos, que não necessariamente seguem um ao outro, as crianças podem compreender isso.”

“A imagem é tudo”, diz o superstar punk do tênis Andre Agassi, em um comercial de câmera criado com ferramentas de produção de videocliques. E a concentração, a razão e a moralidade que se danem.

Eles são deploráveis

Se tem uma coisa que realmente marca a cultura jovem da MTV é a feiura.

Você deu uma boa olhada em seus filhos ou seus amigos ultimamente? Talvez você devesse manter os olhos abertos quando anda pelos shoppings. A primeira coisa que você nota são os penteados estranhos, muitas vezes feitos em salões de beleza especializados no que é chamado de "cabelo rock and roll" ou aquele "look MTV". Parece que suas cabeças foram presas em uma tomada elétrica e depois colocadas em um tanque de tinta de impressora de cores vivas.

E as roupas: roupas justas, mas escassas, com cores vivas e rasgos. Eles frequentemente usam peles de animais, como cobras, lagartos e vacas. Ocasionalmente, eles usam o que parecem ser roupas íntimas como roupas externas, desfilando com sutiãs de couro e similares. E eles usam tantas joias e tantas correntes que se pode pensar que eles precisam ser halterofilistas para poder carregar tudo isso.

Esse gosto extremo contagiou até as chamadas casas de alta moda de Paris e Nova York. É comum ver esses estilos de roupas sendo mostrados pelas casas de design chamativo, drapejados sobre os modelos mais caros. A feiúra é a "coisa da moda". A MTV agora tem seu próprio desfile, *The House of Style*, que, típico do formato MTV, não tem horário marcado e é exibido aleatoriamente com aproximadamente seis shows diferentes por ano. Sua apresentadora é a supermodelo Cindy Crawford, e cobre o cenário da moda com uma trilha sonora ininterrupta da MTV, cores selvagens, cortes rápidos e ângulos de câmera amplos. Encaixando-se na versão da MTV da "contracultura", o programa fica longe do brilho da moda normal de Paris, etc.

Aqueles de nós com idade suficiente para ter lembranças dos anos 1960 ou anteriores podem não ver nada de muito estranho no que está acontecendo. Afinal, artistas populares sempre pareceram estabelecer tendências de moda. Mas aqueles que controlam nossa lavagem cerebral e a lavagem cerebral em massa de nossos jovens através da experiência da MTV notaram uma diferença. A seção de estilo do New York Times comentou recentemente que *"os vídeos da MTV tornaram os músicos mais conscientes de suas imagens e treinaram o público a esperar um novo visual a cada álbum"*. A MTV e seus "artistas" usurparam "o vácuo de autoridade" ao estabelecer tendências de estilo para as massas.

Isso é especialmente verdadeiro no volátil mercado de roupas infantis. *"Agora os vídeos de rock estão impulsionando o mercado infantil"*, disse o consultor de moda infantil de J.C. Penney. *"Seja o que for que as estrelas do rock estejam vestindo, as crianças estão tentando imitá-las."* E isso inclui crianças muito pequenas. *"Crianças pré-escolares conhecem a moda"*, disse outro funcionário de uma loja de departamentos. *"Elas são expostas à MTV e Madonna antes mesmo de poderem andar e falar."*

Citando o poder da MTV e suas superestrelas para criar estilo, Elizabeth Saltzman, editora de moda da Vogue disse ao The Times: *"A moda de se usar roupas íntimas por fora de suas roupas, não surgiria normalmente. Madonna fez isso acontecer."* Quando Madonna encerrou sua turnê de 1986 em Nova York, a Macy's esgotou essas roupas, todas licenciadas pela "Material Girl", em dois dias. E foi a MTV, na década de 1980, quem criou Madonna, assim como fez com que muitas outras pessoas se tornassem estrelas populares por meio de sua exposição em massa.

Em certo sentido, a MTV funciona como toda propaganda para atrair consumidores para um produto. Seus videoclipes, vistos dessa perspectiva, são autopromoções, criados por gravadoras, a um custo começando por US\$ 35.000, para vender, na última década, primeiramente álbuns (vinil) e fitas cassete de áudio e depois CDs e videocassetes. De acordo com o formato, um vídeo popular, programado para ser reproduzido cansativamente, será executado de 4 a 7 vezes por dia, dependendo do seu estatus; vídeos menos tocados ou de artistas mais novos que estão estreando serão exibidos quatro ou mais vezes em uma semana. Eles são mantidos se alternando geralmente por pelo menos um ciclo de um mês.

Não há dúvida de que, como meio de publicidade, a MTV é uma das mais bem-sucedidas da história. No momento de sua criação em 1981 - por uma subsidiária da Warner Communications, a Warner Amex Cable (já foi vendida para o grande conglomerado de mídia Viacom, que por sua vez foi adquirido pelo bilionário Sumner Redstone) - não conseguia bater nenhum recorde de vendas.

A MTV, nas palavras de um executivo da indústria fonográfica, "nos salvou". Devolveu ao "single"³⁴ ou ao sucesso popular ao seu antigo papel de principal meio de comercialização de outros produtos fonográficos, dando-lhe um destaque que não tinha desde os dias do antigo American Bandstand (que agora é também um show de video rock).

As pessoas que estudam seu efeito na multibilionária indústria fonográfica estão longe de encarar a MTV como meio restrito de publicidade. Ela impôs à juventude americana um novo nível de

³⁴ Peça curta de música pop, ou uma mídia tipo vinil, fita ou CD contendo apenas tal peça (NT)

cultura degenerada, enquanto paralisava seus poderes de raciocínio.

O sobrinho de Freud, Eduard Bernays, foi uma das primeiras pessoas a aplicar os princípios de lavagem cerebral em massa de seu tio à publicidade. Em seus primeiros escritos, Bernays indica que a melhor propaganda apela “sobrepassando a mente”, indo diretamente às emoções e instintos. Por exemplo, tais apelos contornam o pensamento racional e atuam sobre desejos inconscientes, especialmente associações infantis envolvendo sexo e poder. Bernays inaugurou uma era de publicidade psicologicamente sofisticada apresentando estrelas de cinema e outras pessoas bonitas para induzir o público-alvo a imitar o que eles achavam ser um comportamento emocionalmente desejável.

A MTV leva esse modo de lavagem cerebral a novos níveis tecnológicos. Seu público já está em estado de transe, com o poder de crítica perdido, pronto para receber imagens a serem imitadas. A eficácia da MTV pode ser medida pelo quanto seu filho imita o vocalista do Megadeath ou sua filha imita Madonna.

Modificação comportamental

Além da venda de calcinhas pretas de couro, cintas-ligas ou sutiãs de couro, ou camisetas rasgadas, a MTV também vende padrões de comportamento anti-social, não racional, para consumo de nossos jovens.

Escrevendo na década de 1950, o Dr. Frederic Wertham, uma das primeiras pessoas a alertar sobre o poder destrutivo da programação de televisão na mente dos jovens, descreveu como a mente jovem aceita imagens de comportamento obtidas de fontes externas à família e instituições sociais como a Igreja. O Dr.

Wertham travou uma guerra contra a indústria de quadrinhos e, mais tarde, a televisão, porque, para resolver os problemas, eles apresentavam aos jovens soluções violentas e outras não racionais, baseadas em emoções.

Dr. Wertham explicou que é impossível correlacionar estatisticamente qualquer relação direta entre uma imagem em uma história em quadrinhos e o ato violento de um adolescente, como algumas pessoas tentaram fazer. A mente, disse ele, não funciona tão simplesmente. Por exemplo, a imagem de um personagem de quadrinhos apresentado de forma colorida batendo em alguém com um cano de chumbo ficará gravada na memória de uma pessoa. Ela é lembrada em uma situação estressante, como uma briga de rua, em que as emoções envolvidas com a representação da história em quadrinhos, no caso a raiva, também estão presentes. Nessas circunstâncias, o jovem imitará o que está na história em quadrinhos, pegando um cano de chumbo e espancando alguém até a morte. Os tribunais e outros podem nunca ver a conexão, diz Wertham, mas é papel da sociedade adulta garantir que tais imagens não sejam transmitidas, sem qualquer crítica, às mentes impressionáveis de nossa juventude.

Com a MTV, somente a apresentação das imagens já é viciante. O produto mais importante anunciado e consumido é a própria lavagem cerebral feita pela televisão. Kaplan, em seu trabalho citado anteriormente, diz que toda a televisão, e a MTV em particular, são "sedutoras precisamente porque falam de um desejo insaciável", prometendo a realização desse desejo em *"algum futuro distante e jamais alcançado. A estratégia da TV é nos manter consumindo sem parar na esperança de cumprir nossos desejos."* No caso da MTV, sua autopromoção se alimenta do desejo infantil de possuir objetos. Seu antigo slogan publicitário, popularizado internacionalmente, é o grito de uma

criança para sua mãe ou cuidadora: "*Quero minha MTV*". Outra de suas autopromoções mostra uma imagem de referência aos templos astecas, depois mostra o logotipo da MTV derrubando esses templos. Dessa forma, a MTV se anuncia como a nova herdeira da cultura asteca - uma cultura baseada no sacrifício humano sangrento que não dava valor à vida humana.

O Dr. Wertham, em uma de suas muitas observações clínicas convincentes, baseadas em estudos de caso, observou que a leitura habitual de histórias em quadrinhos havia preparado uma geração inteira para aceitar o "não-raciocínio", muitas vezes violento, da televisão. Ele observou que todas as histórias em quadrinhos, com ênfase nas imagens, produzidas com muitas cores que eram atraentes para as mentes jovens, desencorajavam o raciocínio criativo.

Ainda mais importante, o Dr. Wertham rebateu alguns dos argumentos que foram feitos pela indústria de quadrinhos e seus defensores de que eles estavam fazendo com que pessoas lessem, coisa que, de outra forma, não o fariam. As histórias em quadrinhos criaram barreiras mentais para a leitura, impedindo que as crianças desenvolvessem o domínio da linguagem e da ambiguidade contida na grande literatura e poesia justamente porque as palavras estavam associadas às suas imagens. A mente, disse ele, estava sendo desligada e as emoções ligadas. Os leitores de histórias em quadrinhos, disse ele, não estavam lendo porque não estavam pensando: estavam apenas olhando passivamente para fotos, com diálogos cretinos.

Ele contestou os freudianos clássicos que afirmavam que a personalidade de uma criança pequena era uma gravação pétrea feita pelos desenvolvimentos edipianos entre as idades de três e cinco anos. Dr. Wertham afirmou que a pedra angular da identidade do homem é sua consciência moral e que isso é

moldado pela interação das crianças com a sociedade. É algo que se aprende e para aprender é preciso ser capaz de pensar. As revistas em quadrinhos estavam, portanto, tornando a América imoral; mais tarde, ele diria o mesmo sobre a televisão e sua programação.

Para os propósitos deste relatório, vamos nos concentrar em um aspecto das observações do Dr. Wertham. Para que alguém aceite a programação da MTV, deve haver um certo pré-condicionamento. Parte desse pré-condicionamento é óbvio. A MTV é um evento de televisão, portanto, a aceitação geral da televisão pela sociedade adulta ajuda a preparar uma criança para aceitar "a experiência da MTV". Depois, há o efeito penetrante da contracultura e sua música na sociedade; rock e música semelhante estão em toda parte, então por que não deveria haver um canal de televisão dedicado a isso?

Mas, tal canal poderia ter simplesmente televisionado fotos de grupos e cantores tocando suas músicas, como se estivessem em concerto. A MTV faz muito pouco disso; pois o núcleo da programação da MTV é o videoclipe, que pessoas como Kaplan e outros que já escrevem a história da MTV descrevem como se tivesse vindo do nada, como algo totalmente novo. Se fosse esse o caso, pareceria contradizer as observações clínicas do Dr. Wertham. Bem, não é o caso. Existem precedentes na mídia de massa de combinação de música com imagens visuais para produzir o tipo de apelo emocional não racional que descrevemos anteriormente. Já falamos sobre um desses precedentes: a publicidade na televisão.

Há mais de 40 anos, as pessoas assistem a anúncios que, através do uso inteligente de música e imagem, tentam manipular impulsos e instintos subconscientes para vender produtos. A

maioria dura menos de um minuto, mas contém inúmeras imagens e muitas vezes um jingle cativante.

Começando há pouco menos de 20 anos, a música rock tornou-se um marco nos anúncios de televisão. No início, eram apenas alguns produtos voltados para um mercado-alvo mais jovem. No final da década passada, os anúncios congestionados com rock eram o modo dominante de publicidade na televisão.

Esse pré-condicionamento da audiência da MTV pelos anúncios de televisão foi tão eficaz que uma das primeiras coisas que a nova rede teve que fazer foi convencer as pessoas de que ela não passava apenas de um grande anúncio. Para fazer isso, os lavadores de cérebro e os criadores de perfil da opinião pública ajudaram a MTV a entrar na "onda da modernidade", para fornecer imagens bizarras que estavam além do alcance da televisão "normal". Isso significava promover "música nova" ou música socialmente estranha, como heavy metal, e artistas que deixavam indignados os que não eram viciados em TV, como Madonna, Prince e Michael Jackson.

A imagem de Madonna, usando sutiãs e calcinhas de couro como roupas externas, destacando, sem mostrar, os seios e a virilha, ajudou a colocar a imagem da MTV bem distante da imagem da televisão da grande mídia, com seus anúncios, em comparação, inocentes.

Mas é importante lembrar que Madonna, ela mesma, foi e não é o que está sendo comercializado ou vendido através de sua MTV e outras promoções. "*Estou vendendo um ponto de vista*", ela disse uma vez a um entrevistador. E qual é o ponto de vista dela? Em outra entrevista sobre um vídeo anterior, "*Express Yourself*", no qual ela apareceu acorrentada a uma cama, contorcendo-se assustadoramente para a câmera, ela declarou: "*Eu me acorrentei*."

Não foi um homem que colocou essa corrente em mim... Eu estava acorrentada aos meus desejos. Faço tudo por minha própria vontade. Eu estou no comando, OK?"

O vídeo que promove esse emocionalismo autodestrutivo ganhou um prêmio da MTV, a autoridade institucional da cultura popular.

Era uma vez Disney

Antes mesmo da publicidade televisiva, antes mesmo da própria televisão, havia outro fenômeno de mídia de massa que condicionava os jovens para a experiência audiovisual não racional dos videocliques: os desenhos animados de Walt Disney, especialmente seus filmes como Branca de Neve, Cinderela, A Bela Adormecida, Pinóquio, o nocivo Fantasia e, mais recentemente, A Pequena Sereia e A Bela e a Fera.

Há mais de 50 anos, os pais levam milhões de filhos para ver as produções de Walt Disney, acreditando que são representações saudáveis dos valores americanos. Por todo esse tempo, eles têm submetido seus filhos e a si mesmos a algumas das mais vis e eficazes lavagens cerebral em massa da história moderna. Foi a Disney que aperfeiçoou a combinação de música e imagens sonorizadas, que eventualmente evoluiu para o videoclipe da MTV; muitos de seus primeiros desenhos animados e os vários números musicais em seus longas-metragens animados devem ser considerados adequadamente como os primeiros "videoclipes".

Entre 1935, quando Branca de Neve foi lançada, e o os dias de hoje, mais de um bilhão de crianças em todo o mundo viram um ou mais desenhos animados da Disney nos cinemas ou na televisão; na última década, dezenas de milhões mais os viram em casa por meio de vídeos comprados ou alugados.

Som e cor

Disney foi a primeira pessoa a casar o som com desenhos animados, e a primeira a ter personagens de desenhos animados cantando. Essas inovações aconteceram em uma série de curtas de animação, começando com a invenção de seu personagem mais famoso, Mickey Mouse, e seu primeiro desenho sonoro, *Steamboat Willie*. Outros produtores tentaram coordenar som com animação. Porém Disney exigia sincronização absoluta: seus personagens tinham que ser reais.

Ele exigia ainda a sincronização rítmica de ação, imagens e música – algo que ninguém jamais havia tentado antes. Imagem e som deveriam criar uma imagem mental que pareceria real, disse ele, para dar a seus personagens uma dimensão emocional. Eu quero que as pessoas se relacionem com aquele rato como se ele fosse um parente, ele disse a seus animadores. Eles devem chorar quando ele está magoado e rir quando ele está feliz, disse Disney.

Disney também foi um dos primeiros defensores do uso da cor para obter efeito emocional e um hiper-realismo. A cor não era apenas um complemento, algo para se jogar como um truque para divertir o público, como algumas pessoas de sua própria equipe alegaram. Era essencial produzir uma sensação que oprimia, onde o sentido da realidade fica suspenso. Em tal estado de sonho, as pessoas estavam mais dispostas a aceitar as imagens vívidas de seus desenhos como reais.

Disney encontrou um curta de 1931, *Flores e Árvores (Flowers and Trees)*, que apresentava sequências de árvores e margaridas dançantes, “mortas” e mesmo “estúpidas” disse ele, enquanto olhava para os galhos em preto e branco. Ordenou a adição de

cores, pela primeira vez em um desenho animado, e tudo ganhou vida. Foi um grande sucesso de bilheteria.

Tendo “visto a luz”, ele pressionou por mais uso de cores intensas e brilhantes e iluminação dramática, usando flashes de cores. Na produção de Pinóquio, Disney buscou um uso cada vez mais ousado de cores para obter efeitos de choque psicológicos. Quanto mais ousadas as cores, mais intensas as imagens, mais as pessoas se lembrariam das imagens e por mais tempo elas reteriam essas lembranças. Ele afirmou que as imagens vistas pela primeira vez na primeira infância deveriam causar tal impressão que deveriam ser mantidas por toda a vida.

No centro de cada um dos filmes de animação da Disney estão as sequências de músicas cuidadosamente elaboradas. Cada um contém imagens altamente coloridas que acompanham a letra da música. Como seus animadores explicaram, a ideia não era simplesmente ilustrar as músicas com palavras, embora haja um elemento disso no que eles fizeram. Eles foram instruídos por Disney a criar imagens que transmitissem o conteúdo emocional dessas palavras e música.

As imagens eram um guia para o que ele queria que as pessoas lembrassem sobre a ideia da música. Se a música fosse triste, por exemplo, pequenos animais seriam mostrados chorando, de modo que os jovens que assistiam seriam efetivamente instruídos a ficarem tristes. Se houve um momento feliz, então as imagens vistas deveriam transmitir felicidade simples. Se fosse uma canção de amor, os animais seriam mostrados agindo amorosamente com um companheiro. Se fosse sobre algo assustador, então as imagens deveriam transmitir terror em outras criaturas da natureza. Tudo isso deveria ser feito, enquanto alternava entre o personagem cantando e a representação emocional de sua música.

Desta forma, através da combinação de música, palavras e imagens, Disney procurou se relacionar com as pessoas diretamente no nível emocional, não racional. Suas características de desenho animado não eram para fazer as pessoas pensarem, mas para sentir, algo que ele disse que unificaria seu público de pais e filhos em um nível emocional infantil. Os conceitos da Disney eram completamente coerentes com os dos lavadores de cérebros da Escola de Frankfurt, como Theodor Adorno, que falava em usar a mídia e seu poder de transmitir imagens carregadas de emoção para forçar um retardamento da sociedade adulta.

“Se todo o mundo pensasse e agisse como crianças”, disse Disney certa vez, expressando seu credo ao longo da vida, “nunca teríamos problemas. A pena é que até as crianças têm que crescer.”

Música Romântica

Com uma formação muito limitada em música de violino, Disney, ao contrário de muitos que trabalharam com ele, reconheceu as semelhanças entre a música clássica romântica e o romantismo das formas musicais mais populares, como as canções de Bing Crosby ou Frank Sinatra. Durante grande parte de sua carreira, ele lutou para inserir temas românticos clássicos em suas obras, porque entendia que eles eram um veículo mais poderoso para transmitir mensagens emocionais.

Uma de suas primeiras séries populares de desenhos animados foi chamada *Silly Symphonies* e sua primeira parte foi uma representação misteriosa de esqueletos dançando ao som da Dança Macabra de Saint Saens. Mais tarde, partes da série mencionadas anteriormente incluíam as Flores e Árvores em Technicolor, nas quais temas clássicos foram usados para ajudar a

trazer objetos inanimados para formas e ações humanas. Depois, em sua *Bela Adormecida* usou a partitura de balé de Tchaikovsky, acrescentando palavras que agora estão gravadas nas memórias de várias gerações.

O experimento mais famoso da Disney nessa forma "clássica-romântica" foi seu longa-metragem "*Fantasia*", que, em sua sequência mais famosa, mostrava o Mickey Mouse como aprendiz de um malvado feiticeiro, no controle do universo, em um aparente pacto com o diabo. O filme, cuja música foi conduzida por Leopold Stokowski, também continha uma versão de *Tarde do Fauno* de Stravinsky³⁵, que o compositor elogiou. Para grande decepção da Disney, foi um fracasso de bilheteria em seu lançamento em 1940. Não alcançou grande sucesso até seu relançamento em meados da contracultura dos anos 1960, quando se tornou um item da cultura pop.

Uma Mente Doente

Disney era, nada mais nada menos, que um egomaniaco, que odiava seus semelhantes, a quem sua própria insegurança exigia que ele visse como inferiores. Em seus momentos mais egoístas, ele se gabava de como havia criado a vida eterna, através de seus personagens de desenhos animados. Seu ego era tão grande que, para desgosto de sua equipe, ele se recusou a permitir que alguém da sua equipe em seu estúdio levasse o crédito pela produção dos filmes. Todas as suas imagens animadas deram crédito a ele como sua única inspiração e criador. Esse egoísmo

³⁵ Aqui Wolfe comete um erro. No filme está incluído "*A Sagração da Primavera*", de Igor Stravinsky; *Prélude à l'après-midi d'un Faune* (Prelúdio à Tarde de um Fauno) é uma composição de Debussy e não aparece em *Fantasia*. (NT)

construiu sua imagem popular, levando-o a se gabar de ser mais conhecido e mais popular do que qualquer outro americano, vivo ou morto.

Como é o caso de tais egomaniacos, embora fosse aparentemente uma pessoa autoconfiante, Disney era tremendamente inseguro. Pelo menos uma vez, em um ataque de insegurança, ele tentou o suicídio, tendo sua vida salva por sua esposa. Não está claro se ele alguma vez procurou ajuda psicanalítica, embora gostasse de dar suas pomposas opiniões psicanalíticas sobre outras pessoas usando termos freudianos

Disney certa vez comentou que preferia a companhia de pequenos animais, os quais desenhava e com quem se identificava, aos humanos. A raça humana, afirmou, é inerentemente má, contendo dentro de si as sementes de sua própria autodestruição. Não tendo nenhum senso de amor cristão, Disney admitiu que se viu incapaz de amar outros humanos e teve problemas para se relacionar com mulheres.

Criado em um lar protestante fundamentalista, por um pai frio e distante e uma mãe fraca e excessivamente emocional, Disney desenvolveu uma visão de mundo que via uma batalha simplista de vontades entre categorias maniqueístas de bem e mal, com um Deus remoto tendo pouco ou nenhum efeito sobre o seu resultado. Ninguém nunca se lembra dele orando a Deus, e embora sua família fosse à igreja, quando ele o fazia, aparentemente era para ser visto na igreja pelos outros.

Para Disney, as coisas aconteciam por força da vontade nietzschiana, com a intervenção do destino e da magia. Era nessas forças, e em sua própria vontade, que Disney acreditava, se é que acreditava em qualquer coisa além da completa miséria de seus semelhantes. Seu hino, que escolheu como tema de sua popular

série de televisão ABC e, mais tarde, NBC, foi o grande sucesso de seu filme Pinóquio, “Quando você deseja uma estrela” (“*When You Wish Upon a Star*”).

Muitos diziam que Mickey Mouse era o próprio Walt Disney, e o cenário desenvolvido por ele para a sequência do Aprendiz de Feiticeiro era uma afirmação da sua própria auto-imagem. Disney se via como uma versão moderna do personagem Fausto de Goethe, que hipoteca sua alma ao diabo para realizar seus desejos; com a diferença de que Disney se via enganando o destino por meio de sua astúcia e vontade, vencendo sua batalha egoísta com seus demônios pessoais de insegurança, culpa e ódio a si mesmo.

Nesse sentido, a sequência de Fantasia envolvendo *Night on Bald Mountain*, com suas terríveis imagens faustianas e a eventual vitória de Mickey sobre o personagem diabo³⁶, é uma representação de Disney “tendo a sorte grande”, algo que ele se orgulhava de fazer, mesmo que o risco fosse grande. Se Disney, como diz a mitologia moderna de nossa cultura popular, era o símbolo do sonho americano, então esse sonho é um pesadelo anticristão.

Apoiador de causas de direita, ele esteve a vontade, no passado, com os maçons da Ku Klux Klan, que caíram em desgraça na opinião pública na maior parte do país durante o New Deal. Como a Klan, Disney odiava minorias. Ele não queria nada com judeus ou negros; se tinha algum deles trabalhando para ele, era apenas por necessidade em seu negócio de cinema. Sob pressão, ele

³⁶ *Night on Bald Mountain* é uma composição de Mussorgsky (Uma Noite em Monte Calvo) e em Fantasia não mostra nenhum personagem de Disney. A vitória de Mickey aqui relatada é vista no “Aprendiz de Feiticeiro” já mencionado anteriormente (NT)

rotineiramente lançava uma diatribe contra “aqueles judeus imundos”. (E embora seu anti-semitismo fosse de conhecimento por todos em Hollywood e frequentemente explodisse em público, ele nunca foi alvo de ataque pela Liga Anti-Difamação).

Ele desprezava os trabalhadores e os sindicatos, chamando-os de “ralé comunista”. Ele nunca permitiu que uma mulher tivesse qualquer posição de autoridade e as via apenas como “máquinas de fazer bebês” para manter os assuntos do lar em ordem para os homens. E embora fosse celebrado como o criador de desenhos de propaganda de guerra antifascista, antes da guerra ele havia feito uma viagem especial à Itália para receber um prêmio de Benito Mussolini, que era fã do Pato Donald e cujas políticas ele admirava.

Este é o homem pervertido a quem a América confiou as mentes de nossa juventude impressionável. Seus desenhos apresentam o mundo como um espelho de sua visão anticristã distorcida. Foi por meio de imagens de Disney, muitas vezes apoiadas por música, que os jovens deste país e do mundo foram apresentados pela primeira vez a conceitos de moralidade que se destacaram pela ausência de um conceito de Deus.

As noções simplistas do bem e mal apresentadas por Disney se casaram com as percepções gerais da cultura e ideologia popular americana. Os americanos se diziam religiosos, mas, como Disney entendia, a maioria conhecia as profundas ideias religiosas que moldaram a civilização judaico-cristã e pouco se importava com elas. Preferiam o moralismo simplista a ideias profundas. Mas embora eles não pudessem ver nada diferente ou errado em Disney, o senso moral já enfraquecido da América estava sob novo ataque.

Em Pinóquio, por exemplo, as crianças veem o conceito de consciência desenvolvido no personagem Grilo Falante, sentado separado do personagem de boneco de madeira de Pinóquio. A consciência de uma pessoa não tem relação com nenhum Ser superior, com Deus ou com os ensinamentos judaico-cristãos. Deus e religião são complicados demais para as crianças e os adultos nem mesmo os entendem, disse Disney, que, segundo ele próprio, mandava sua família para a igreja todos os domingos.

Essa separação da consciência do eu é uma projeção da visão antirreligiosa freudiana então popularizada. O Grilo Falante é uma ilustração do superego de Freud, com sua advertência para "Pare! Pense! Não faça isso!" Se essas mesmas ideias tivessem sido apresentadas como mera bobagem freudiana, teriam sido atacadas por várias instituições religiosas. Apresentado a milhões de crianças por Disney, foi elogiado por vários grupos da igreja.

Ao longo de seus filmes de animação, há imagens de animais jovens e altamente vulneráveis, que são vitimados por humanos, muitas vezes com consequências trágicas. Disney disse que achava que um poderoso vínculo emocional poderia ser criado entre o espectador infantil e o animal na tela, desde que as crianças sintam sua vulnerabilidade. Como explicamos em nossa discussão sobre o Mickey Mouse, esse vínculo, estabelecido quando muito jovem, ajuda a tornar um adulto suscetível à lavagem cerebral do movimento ambientalista.

As crianças também são mostradas como vítimas de intrigas de adultos, muitas vezes parentes; quando não estão sendo vitimadas são mostradas injustamente restringidas em experimentar a alegria da infância. Isso é em parte uma projeção, já que Disney se considerava vítima de seu pai autoritário quando criança. Apesar de toda a sua preocupação declarada com valores familiares, termo que ele foi um dos primeiros a usar, há poucas,

se houver, representações de uma unidade familiar integrada, bem como de representações de pais fortes e amorosos interagindo com mães fortes e amorosas. Na verdade, há muito pouco amor cristão, apenas amor romântico e amor por pequenos animais e criaturas semelhantes.

Novamente, apresentadas em um contexto diferente, de uma maneira diferente, tais visões podem parecer extremas. Nos longas de Disney, quem pode atacá-los fica desarmado pela apresentação encantadora ou fofa. E, há as repetidas referências às fadas, boas e más, e a intervenção de seus poderes mágicos para moldar a realidade.

Um enredo padrão de Disney tem um personagem vulnerável, como Branca de Neve, preso em uma batalha entre bons e maus espíritos; em tais batalhas, o bem geralmente vence no final. Esse final feliz (com exceção de Bambi, que não conseguiu sucesso de bilheteria) foi a marca registrada de Disney, e fez com que muitos vissem em seus filmes uma "força para o bem" e uma "visão positiva".

Ao discutir os efeitos da cultura dos quadrinhos, o Dr. Frederic Wertham disse que a criação de heróis cujos poderes eram mágicos e que não tinham relação com Deus minava a crença dos jovens na religião e em seus princípios morais. Não é suficiente retratar as forças do "bem" e do "mal", disse ele, porque não há base para o julgamento moral do que é bom e mau sem Deus, porque não há Verdades Universais sem Ele. *"Por que devemos substituir os valores morais de 2.000 anos de civilização por alguma representação em uma história em quadrinhos?"* Dr. Wertham perguntou. *"Ou por um filme de Disney?"* Pergunto eu.

Vídeo de música

Para Disney, a música foi fundamental para criar suas poderosas ilusões. Em cada filme, começando com seus Três Porquinhos de 1931 e seu "Quem Tem Medo do Lobo Mau?" ele tentou criar uma ou mais sequências semelhantes a videoclipes de música de sucesso. Mesmo que eles não gostem do filme, ele disse, eles vão se lembrar por causa das sequências das músicas.

Músicas como "*Whistle While You Work*" (cantada pelos anões em Branca de Neve), "*When You Wish Upon a Star*" (cantada pelo Grilo Falante em Pinóquio), e inúmeras outras se tornaram sucessos. A Disney, em sua época, vendeu mais discos que os Beatles, com a relação entre música e filme semelhante à que descrevemos entre um videoclipe na MTV e um CD.

Quero que agora pense em quando você era criança, quando seus pais o levaram para ver seu primeiro filme de animação da Walt Disney. Foi um grande evento, aquela primeira aparição de Branca de Neve ou Cinderela, em um cinema escuro, cercado por muitas crianças da sua idade. Tente recordar as explosões de cores brilhantes e os sons dos filmes, suas partituras e músicas. Sem muito esforço, você pode até começar a cantarolar uma das músicas. Enquanto você cantarola, você pode lembrar, de forma bastante vívida, a imagem dos personagens de desenhos animados, ou pelo menos o ambiente colorido, em que você ouviu aquela música pela primeira vez. É uma lembrança aparentemente agradável, levando você de volta a um momento da sua vida em que havia poucas preocupações.

Agora, se você tem a minha idade e teve alguma experiência na contracultura dos anos 1960, pense neste período conturbado. Pense em suas próprias experiências com a cultura das drogas ou no relato de seu amigo de uma viagem de drogas com LSD ou um

alucinógeno semelhante ou mesmo uma experiência intensa com maconha. A primeira coisa que vem à mente em tal descrição são as cores, as cores brilhantes. Eles eram como desenhos animados, hiper-reais. Mas de onde veio essa sensação e percepção de cores brilhantes? Das próprias drogas? Não exatamente: as drogas só podiam melhorar a percepção daquelas cores que estavam na sua memória.

Meu palpite é que essas cores vieram dos filmes de animação da Disney, que foram codificadas em sua memória muito cedo, em parte por sua combinação com imagens musicais e visuais emocionalmente carregadas. Elas ficaram lá nos recessos de sua mente. As experiências com drogas apenas fizeram com que essas sensações fossem lembradas, juntamente com a sensação de prazer emocional infantil associado a elas. Não estou dizendo que Disney, que morreu em 1966, estava diretamente envolvido na promoção da cultura das drogas. Estou dizendo que suas imagens emocionais não racionais e coloridas ajudaram a criar as pré-condições em grandes massas de americanos para a criação da contracultura droga-rock-sexo, que se iniciou na década de 1960.

Depois da puberdade, você passou a considerar os filmes da Disney, especialmente os desenhos animados, como bregas e sentimentais. Eles eram “coisas de criança” e você era um jovem adulto. Mas, no entanto, enterradas em sua memória estavam essas imagens e, mais importante, uma maneira de pensar – “pense com seu coração”, como o Grilo Falante diz na música. Esse emocionalismo permanece com vocês hoje, como seu principal modo de pensar, e é por isso que alguns de vocês podem ficar muito aborrecidos com o que estamos dizendo nesta série. Agora, à medida que você chega à meia-idade, Disney e seu “pensamento sincero” ainda estão com você, em parte graças à televisão.

A Disney foi o primeiro grande estúdio a usar a televisão para a promoção de seu produto, começando em 1953; com seu "Walt Disney Presents" na ABC e mais tarde o "The Mickey Mouse Club", ajudou a levantar as redes então em dificuldades. A Disney agora usa a televisão para comercializar e promover a distribuição em massa de vídeos desses primeiros filmes de animação, incluindo novos filmes de animação como A Bela e a Fera.

Os americanos, ainda acreditando, sem pensar, no mito do "saudável" Walt Disney, devoram as fitas cassetes às dezenas de milhões, colocam seus filhos na frente dos aparelhos e os ligam. As crianças olham fixamente, saturando suas mentes jovens em flashes de cores e música. Eles geralmente assistem a mesma fita centenas de vezes. Pense no que deve estar acontecendo com seus poderes cognitivos! *"Eu nunca quero crescer"*, canta Peter Pan, enquanto voa pelo ar. Gerações de americanos se agarram à infância, enquanto seus filhos se agarram à MTV.

Em uma apreciação da MTV em seu décimo aniversário em 1991, o "crítico" pop do The New York Times Jon Pareles escreveu sobre videoclipes de sucesso: *"Como forma, o videoclipe está mais próximo da publicidade e dos desenhos animados, daí as imagens brilhantemente vestidas de muitos roqueiros, rappers e cantores pop..."*

Bem-vindo ao "Mundo Maravilhoso de Walt Disney!"

As crianças da Vila Sésamo

Em uma seção anterior deste relatório, descrevemos os efeitos prejudiciais à mente do popular programa infantil na televisão pública, "Vila Sésamo". Para nossos propósitos aqui, vamos nos concentrar em um aspecto desse programa para indicar como ele,

tal qual Disney, ajudou a preparar uma geração de crianças para a MTV.

Desde a sua criação, há mais de 20 anos, uma característica central da apresentação diária de Vila Sésamo é o uso da música, geralmente rock ou rap, como uma forma de mecanismo de "ensino". Você já deu uma boa olhada em uma dessas sequências? Tomemos, por exemplo, aqueles que ensinam adição simples. Há uma cena de uma pessoa ao vivo cantando; então o fundo muda de cor e um número aparece na tela. O número, ele próprio uma cor brilhante contra outra cor brilhante, começa a se mover e assumir alguma forma humana, com pernas e braços. Mais cor, e outro número, também nesta forma semi-humana, aparece. Os dois números começam a dançar juntos em uma batida de rock pulsante, que você acompanha batendo palmas. A tela pisca em outra cor de fundo.

Depois aparecem algumas pessoas reais e/ou bonecos, também dançando; eles contam seus números e começam a dançar, como se estivessem em um clube ou discoteca. O número que deveria representar a adição de dois números anteriores agora aparece na tela. A mesma combinação de música de vídeo, cor e animação de vídeo é usada na maioria dos chamados segmentos de ensino. Às vezes os números dançam; outras vezes são mostrados ou tem seu nome escrito. A criança está sentada diante do aparelho, batendo palmas ao ritmo da música rock. As cores prendem sua atenção e a mantêm focada na tela.

Essa lavagem cerebral foi premiada como um processo educacional "inovador". Mas para nossos propósitos aqui, concentre-se apenas na descrição da apresentação do vídeo. É um videoclipe, usando as mesmas formas e princípios desenvolvidos pela Disney e posteriormente aprimorados pela moderna tecnologia de vídeo, conforme modelado na MTV. Está apenas a

um pequeno passo dos chamados “Kid-Vid”, videoclipes projetados para crianças pequenas, com artistas de rock e rock infantil. De fato, a PBS produz e distribui uma série de videoclipes de “Vila Sésamo”, apresentando rock e personagens do programa, como Big Bird. Os números apresentados nos vídeos tornaram-se parte das turnês de muito sucesso de “Vila Sésamo”.

Aliás, não há nada tão inovador em “Vila Sésamo” e seus números dançantes, acompanhados por artistas ao vivo. Walt Disney, quando estava começando na década de 1920, produziu os primeiros curtas animados usando números e letras em movimento, até mesmo usando-os com atores ao vivo, como promoções publicitárias.

“Vila Sésamo”, que foi visto por dezenas de milhões de crianças durante a década anterior à criação da MTV em 1981, foi um provedor para o novo canal de lavagem cerebral em massa, colocando o videoclipe na frente dos olhos das crianças e estabelecendo em suas mentes jovens um modo de pensamento por imagens de vídeo. Dessa forma, “Vila Sésamo” foi e é um recrutador para aquela igreja caolha de Satanás, a MTV.

Um pouco de história

Faz pouco mais de uma década que a MTV foi lançada em 31 de julho de 1981, com as palavras de um de seus criadores, John Lack, “*Ladies and Gentlemen: Rock and Roll!*” Como foi o caso da Disney, uma mitologia popular foi desenvolvida para contar a história da MTV e explicar seu sucesso. Seus elementos comuns são que foi uma ideia de Lack, o já mencionado Robert Pittman e outros que forçaram uma indústria de entretenimento relutante, incluindo sua controladora, a Warner-Amex Cable Communications, a aceitar suas ideias.

Por força da vontade desses Wunderkinder³⁷ (a maioria tinha vinte e trinta anos), a indústria foi forçada a permanecer com o experimento ousado e perigoso até que ele deslanchou em meados da década de 1980. Em meio a tudo isso, eles resistiram a ataques de conservadores e concorrentes, e até de provedores de TV a cabo relutantes, que a princípio não estavam dispostos a assumir um canal de música 24 horas. Tal como acontece com a maioria das mitologias, há um elemento de verdade no que está sendo dito. É verdade que Lack, Pittman e vários de seus companheiros fizeram a MTV acontecer, por assim dizer. Mas esse “acontecimento” foi todo cuidadosamente pré-planejado.

Antes da MTV, havia um público-alvo: os adolescentes. Estudos demográficos mostraram um declínio acentuado no número de espectadores de televisão nacional, per capita, nos Estados Unidos, principalmente porque os adolescentes não estavam assistindo tanto quanto nas décadas anteriores. Sustentaremos que a criação da MTV teve suas raízes no desejo de conquistar essa faixa etária – de 12 a 20 anos – em um formato de lavagem cerebral televisiva, utilizando para isso a música popular.

Por uma feliz coincidência, seu lançamento coincidiu com os interesses das gravadoras de se salvarem de perdas financeiras; que, então, forneceram videoclipes gratuitos para o novo canal, barateando assim o custo do empreendimento. Mas mesmo que houvesse custos adicionais, mesmo que os custos dos videoclipes tivessem que ser pagos em parte pelo chamado canal de música, a criação da MTV ou canal similar teria ocorrido para alcançar o efeito desejado de viciar adolescentes à televisão.

Após o traçado de um significativo perfil da população-alvo para determinar o que os conquistaria o canal estreou de qualquer

³⁷ Crianças maravilha (NT)

maneira. Mesmo antes de Pittman se envolver, a Warner estava experimentando uma nova rede infantil a cabo, a Nickelodeon, que apresentaria um programa de videoclipes, "Pop Clips". Pittman, trazendo sua experiência como veterano em programação e marketing de rádio, empregou pesquisas psicológicas para determinar qual deveria ser o formato de uma possível nova rede de música. Antes do lançamento da nova rede, utilizou um sistema experimental de cabo interativo da Warner, QUBE, em Columbus, Ohio, para obter a opinião dos espectadores sobre a programação de videoclipes.

Antes da estreia da MTV, seus criadores tinham dados de teste e de perfil suficientes para provar que o esforço seria bem-sucedido. O formato de 24 horas foi selecionado a partir dos resultados do perfil de espectadores conseguidos pelos lavadores de cérebros. A promoção em massa inicial da MTV e até mesmo o desenvolvimento de seu famoso símbolo, com seu grande "M" sobrepunhando o "tv" menor, foi um produto de tal pesquisa e feedback.

Pittman entendeu que seu canal a cabo não podia competir com a televisão no horário nobre, nem era desejável tentar fazê-lo. Mais de 70% de todas as visualizações de televisão ocorrem fora do horário nobre. A MTV, armada com o perfil de seu público jovem, buscava especificamente atingir pessoas fora do horário nobre das 19h às 23 horas", especialmente visando após o horário escolar e espectadores noturnos. Essa é uma das razões pelas quais a rede foi lançada com um formato de 24 horas.

Uma das primeiras críticas ao formato da MTV por alguns "especialistas" da mídia foi que faltava "coerência", que era preferível "cercar" vários tipos de vídeos (punk, pop, hard rock, etc.) colocando-os em segmentos coerentes, talvez até mesmo em shows. Aqueles que criaram a MTV, com seus gráficos psicológicos

em mãos, viram isso como ineficaz. A MTV seria “rotativa”, teria uma lista de reprodução, como uma estação de rádio, mas não haveria nenhum esforço para “cercar” a música em agrupamentos coerentes. Pittman argumentou que isso atrairia qualquer espectador em potencial, que saberia que seus grupos favoritos provavelmente seriam tocados no decorrer de uma ou duas horas, mas não saberia exatamente quando. Os jovens deveriam ficar viciados, em suas expectativas e continuar assistindo pela qualidade de lavagem cerebral do formato do videoclipe.

“Quando você está lidando com uma cultura musical”, disse Pittman ao The New York Times, “a música serve como algo além do entretenimento. É realmente um signo que as pessoas usam para se identificar. É representativo de seus valores e cultura.” Para apelar ao que os gráficos psicológicos indicavam ser o maior alcance do público-alvo, a MTV escolheu um formato de rock orientado a álbuns (AOR). Isso mais tarde atraiu a atenção de vários artistas negros e outros que viram um toque de racismo na escolha, mas Pittman argumentou que ele estava, na realidade, produzindo para um público branco, adolescente e viciado em rock e que as chamadas formas da música urbana ou negra não os atraía mais do que o country e o western. Para distinguir a MTV do rádio, o formato deveria incluir uma alta porcentagem de novos artistas ou novas músicas, em vez de simplesmente “top 40”. Todas as decisões de formato foram baseadas nos resultados da pesquisa.

A MTV nunca alterou significativamente esse formato. Permitiu um pouco mais de música negra, incluindo a permissão de rappers populares em suas listas de reprodução. Seu alvo ainda é principalmente adolescentes brancos. Os negros podem obter sua dose de lavagem cerebral em vídeo dos muitos programas de música em vídeo “orientados para os negros” em distribuição ou na TV a cabo.

Depois que seu canal principal já estava bem enraizado, a MTV se ramificou para criar um canal separado em 1986 para os roqueiros de 35 a 50 anos, o VH-1 (Video Hits-1), que algumas pessoas chamam de "videoclípe de velhos". Ele mantém essa geração, os baby boomers mais velhos, vivendo em seu passado infantil, apresentando clipes de artistas dos anos 1960-início dos anos 1970, bem como músicas de "soft rock" agora populares. Como disse um porta-voz da MTV, *"evitamos poluir a imagem do nosso canal principal. Ainda é jovem e vibrante, e cheio de coisas mais selvagens."* O VH-1, como a própria MTV, foi criado apenas após um extenso estudo do "perfil de gráficos psicológicos", que mostrou que *"ele não poderia faltar"*.

Por que os ataques anteriores falharam

Muito também foi dito sobre como a MTV fez sucesso, apesar de ter sido ignorada por grande parte da mídia estabelecida quando começou. O Times, por exemplo, estava visivelmente ausente do evento inicial, embora a MTV estivesse então sediada do outro lado do rio Hudson, em Nova Jersey. Mas, caso a MTV tivesse sucesso, teria que parecer ser antiestablishment, ou pelo menos fora do "mainstream".

Não há qualquer dúvida de que a MTV pertence inteiramente ao Establishment. Foi financiada primeiramente pela Warner Communications e American Express, ligadas à Dope, Inc. e, mais recentemente, pela gigante da mídia internacional Viacom e seu proprietário bilionário, Sumner Redstone, que transformou a MTV em uma rede global. A cada passo do caminho, sua operação foi subsidiada por Nova York e outros bancos do centro financeiro, que financiaram as operações dessas empresas.

É gerenciada como um negócio, e sempre foi assim. Nunca perdeu dinheiro e continua a obter lucros e retornos substanciais para seus investidores e proprietários. Em 1991, o último ano para o qual há números disponíveis, a MTV teve receitas de US\$ 243 milhões e uma receita operacional de US\$ 88 milhões, com uma taxa de aumento de lucro de mais de 20%; os lucros devem ser ainda maiores este ano, apesar da depressão. E, como dissemos, fez bilhões de dólares para a indústria fonográfica.

A abordagem de Pittman, Lack e seus sucessores para manter a MTV em seu rígido esquema, tentando alcançar um cada vez maior público adolescente e mantê-los viciados, atraiu o elitismo de alguns dos mais "vanguardistas" elementos do panteão do rock. Tal crítica nunca preocupou Pittman e seus chefes; os únicos críticos com os quais eles se importavam eram aqueles jovens viciados em MTV. E as pesquisas mostravam que a maioria dos jovens espectadores achava que a MTV era o que eles queriam.

Nos primeiros anos, a MTV parecia imune aos ataques lançados, principalmente pela direita religiosa, contra o satanismo, sexo e violência na cultura jovem e na música popular. Foi só até meados da década, após quase quatro anos de transmissão contínua de tais vídeos, que os ataques começaram a se aglutinar na mídia nacional. Mas nessa época, os vários oponentes da MTV estavam lidando com uma instituição já firmada.

Alguns desses oponentes, mais notavelmente a Coalizão Nacional sobre Violência na Televisão (NCTV) e seu chefe, Dr. Thomas Radecki, fazem observações convincentes sobre os ensinamentos malignos da igreja caolha de Satanás. "*A MTV e a Warner forçam programas violentos, sádicos e de ódio para o lar americano...*", afirmou o Dr. Radecki no início dos anos 80. A mensagem da MTV

para a juventude americana, disse ele em entrevista a um jornal, é que

“a violência é normal e aceitável, que as relações sexuais hostis são comuns e aceitáveis, que os heróis se envolvem em tortura e assassinato por diversão”.

“Já vi vários casos de jovens em minha prática psiquiátrica com graves problemas de raiva e comportamento anti-social que estão imersos em uma subcultura de rock violento. Cada um deles possui várias camisetas com imagens violentas de vários grupos de heavy metal e usam tipos de joias cravejadas de metal e colares de arame farpado. É óbvio que eles estão fortemente imersos em fantasias de violência que estão afetando seu modo de pensar e seu comportamento em uma direção anti-social”.

Mas, apesar dessas declarações, Dr. Radecki e seu grupo não veem nada de errado na cultura jovem da MTV em geral, restringindo seus comentários apenas às formas de rock mais abertamente violentas e satânicas. Eles nunca falam sobre a promoção do pensamento não-racional e anticristão pela forma de videoclipe. De fato, seu grupo deu prêmios a vários grupos de rock e seus vídeos por promover “temas pró-sociais”. Ele pediu para a MTV exibir mais desses vídeos, embora eles promovam a contracultura e valores igualmente anticristãos do ambientalismo.

Em meados da década, também, “Tipper” Gore, esposa do vice-presidente Al Gore, então senador sênior do Tennessee, envolveu-se em uma cruzada contra letras de rock pornográficas e violentas. Isso acabou levando a um sistema aceito pela indústria, que meramente rotulou certos CDs e vídeos como contendo material censurável, o que parece ter aumentado suas vendas.

Mas Gore e suas outras supostas esposas de Washington nunca atacaram a MTV. Certa vez, ela disse em uma audiência no Congresso que não encontrou nada de errado na maior parte do que estava passando, mas reclamou apenas de alguns dos itens mais chocantes, como os vídeos de Prince. Ela disse recentemente ao The Times que ela realmente gosta de rock and roll e era uma "grande fã" dos Rolling Stones e Greatful Dead!

É a fraqueza moral e mental de seus oponentes que garantiu à MTV que ela poderia fazer o que quisesse. Ao falhar em atacar os fundamentos da ideologia da MTV, a direita, tanto religiosa quanto não, apenas ajudou a alimentar a mitologia de que a MTV é antiestablishment. Pesquisas recentes mostram que a juventude americana está mais firmemente apegada a essa ideia agora do que em qualquer outro momento desde o início da MTV; quanto mais ela sofre ataques fracos, mais convertidos e poder ela ganha.

A MTV, a igreja de Satanás, está vencendo a luta pelas mentes da América porque ninguém desafiou a ideologia de lavagem cerebral por trás do conceito do videoclipe. Em vez disso, encontramos até mesmo alguns grupos religiosos destacados adaptando os métodos da MTV para seus fins.

"Além de ser do tipo forte e silencioso, Jesus é um galã com uma jaqueta e camiseta parecidas com Armani", relata a seção de estilo do The Times. "Ou pelo menos é assim que ele aparece em Out of the Tombs, um vídeo que traduz Marcos 5:1-20 em imagens líquidas e sons no estilo da MTV. Por nove minutos, Jesus e o homem atormentado pelo mal e pelo mau trabalho dentário entram e saem de uma lavagem hip (e hipnótica) por faixas de rock, narração suave como uma brisa e cenas rápidas de paisagens urbanas sujas de grafite, céus ensolarados e as entranhas de um cortiço arenoso.

“É tudo coisa do final do século 20, chamativo, urbano e executado com sofisticação. O demônio até usa um boné de beisebol de aba para trás e cano alto.” “Queríamos alcançar adolescentes e talvez jovens adultos com esta tradução da história”, diz ao Times, Fern Lee Hageborn, gerente de projeto de multimídia da Sociedade Bíblica Americana, que produziu o vídeo. Eles chegaram à conclusão de que um vídeo no estilo da MTV era a maneira mais adequada de fazer isso. Satanás deve estar rindo de nós.

O admirável mundo novo

“Tomamos uma decisão consciente de não envelhecer com nosso público”, diz Robert Pittman, agora um executivo da Time-Warner, Inc., “Então decidimos optar pela mudança”. Pittman se referia à decisão este ano da MTV de entrar, em grande estilo, na briga do noticiário da eleição política com uma cobertura multimilionária da campanha eleitoral e um esforço para mobilizar eleitores no segmento de 18 a 24 anos de sua audiência com uma campanha de votação chamada “Escolha ou Perca”³⁸.

A MTV não estava simplesmente adicionando mais algumas notícias políticas ao seu “show de notícias de rock” noturno e semanal, aquela cobertura de notícias políticas esparsas que a rede considerava de interesse para seus espectadores – questões de aborto, censura, conflitos raciais, escândalos sexuais, etc. A MTV estava tentando cobrir a campanha como se fosse uma série de videoclipes, disfarçados como cobertura jornalística. Seus segmentos apresentavam som e música, e ângulos e cortes de câmera semelhantes a videoclipes, visando alcançar o máximo impacto emocional.

³⁸ Choose or Loose (NT)

"Estamos tentando falar uma linguagem que nossos espectadores entendam", disse um dos produtores de noticiário. *"Vamos alcançar pessoas que falam a língua da MTV."* Entrevistas com jornalistas políticos foram intercaladas com as reportagens de imagens, feitas principalmente pela repórter política da rede, Tabitha Soren, de 25 anos, que fala e faz perguntas em um estilo curto e recortado, quase como um rapper, e que gosta de se vestir com roupas masculinas. Para os repórteres políticos em campo na austera convenção GOP, a MTV contratou Ted Nugent, da banda de heavy metal Damn Yankees and Treach, um rapper negro do grupo Naughty by Nature, que percorria o salão, procurando fundamentalistas e outros que estavam mais que ansiosos para aparecer na rede de Satanás. Na convenção democrata, Dave Mustaine, do Megadeth, pode ser visto entrevistando delegados do sul.

Soren, que entrevistou o senador de Nova Jersey e ex-estrela do basquete Bill Bradley na Convenção Democrata e o líder da minoria na Câmara, o deputado Newt Gingrich na convenção do Partido Republicano, foi ela mesma objeto de enorme atenção da mídia. Tudo isso ajudou a construir a credibilidade da cobertura da MTV.

"Estávamos tentando fazer as pessoas terem sensações diferentes", disse uma pessoa da MTV. *"Queríamos que eles conectassem algumas imagens e rostos com algumas ideias, para que pudessem absorver essas ideias. Não estávamos tentando doutrinar."* Foi tudo na melhor a tradição do videoclipe.

O espectador médio da MTV assiste a apenas 16 minutos de cada vez. Os executivos da rede planejam toda a programação com o conhecimento prévio de que essa atenção limitada é o que eles precisam para trabalhar.

A MTV diz que planeja continuar esse tipo de nova cobertura, oferecendo ao seu público jovem uma rede de serviço completo. Enquanto isso, as grandes redes já começaram a produzir videoclipes tipo MTV dentro de noticiários locais, e até mesmo um ocasional noticiário nacional ou programa de revista de notícias para lidar com questões políticas.

A MTV não muda, disse Pittman, mas à medida que a jovem geração da MTV envelhece, *"a sociedade vai se tornar mais parecida com a MTV"*. Em 16 de junho, Bill Clinton se tornou o primeiro candidato presidencial a se apresentar no programa de entrevistas "Choose or Lose" da MTV. (Mais tarde, Ross Perot faria o mesmo; o presidente Bush recusou a oferta.) Foi um evento completamente encenado, com um público jovem cuidadosamente pré-selecionado que faria, tanto a MTV quanto Clinton, parecerem bons.

A MTV recebeu tanto o elogio quanto a promessa do então presidente eleito dos Estados Unidos de que iria "manter contato" tanto com a rede quanto com sua audiência. "Gosto da MTV", disse ele, elogiando o trabalho que estava fazendo para que os jovens se registrassem e votassem com sua campanha "Escolha ou Perca".

Corta para o comercial da campanha "Choose or Lose", que foi ao ar centenas de vezes na MTV: A tela explode com um flash de luz ofuscante e um riff de hard rock, com palavras sobrepostas, sobre a Declaração de Direitos. A banda é o grupo de rock Aerosmith. *"Liberdade"*, declara o guitarrista Joe Perry, *"é o direito de usar algemas para fins amigáveis"*. Enquanto ele fala, ele lambe chantilly no peito de uma loira rechonchuda. Ele continua: *"Liberdade para usar chantilly como roupa"*. Duas loiras, seminuas vestidas com a bandeira americana, seguram a borda de uma camisinha gigante. Enquanto o rock toca, uma voz fora da câmera

então: "*Liberdade para usar camisinha o dia todo – se necessário*". "E", grita o vocalista Steve Tyler, "*Proteja suas liberdades - Vote!*" "*Mesmo para a pessoa errada*", acrescenta o baixista Tom Hamilton rindo.

A MTV e seu VH-1 reinarão na Casa Branca em 1993, bem como em 250 milhões de lares em todo o mundo. Satanás está rindo tão alto que você pode ouvi-lo. Basta desligar o aparelho de televisão e ouvir.

É tudo por agora. Quando voltarmos, mostraremos como os lavadores cerebrais pretendem colocá-lo em seu próprio mundo virtual pessoal, onde você não mais apenas assistirá, mas se tornará parte de uma fantasia interativa mais real e poderosa do que qualquer experiência com drogas.

Bem-vindo aos admiráveis mundos novos da realidade virtual.

Realidade Virtual: O LSD Eletrônico para a Nova Era

Nesta seção, vamos dar uma olhada no futuro que os lavadores de cérebro reservam para você. O que estamos prestes a descrever representa o culminar de mais de 40 anos de esforços da mídia de massa para transformar nossa população em um bando de yahoos³⁹.

Os lavadores de cérebro freudianos do Instituto Tavistock e lugares semelhantes se concentraram em sua fraqueza moral e intelectual. Eles lhe ofereceram 'entretenimento' como uma 'fuga' da tensão e dos horrores da vida moderna, disseminados por Hollywood e pela televisão. Você foi instado a seguir a "opinião pública" representada por esses meios de comunicação, em vez de buscar a verdade e, em sua fraqueza moral e intelectual, você segue um dos muitos caminhos semelhantes e controlados que eles oferecem. Quanto mais você observa, mais a realidade se

³⁹ Yahoos são seres imaginários do romance satírico de 1726 "As Viagens de Gulliver" por Jonathan Swift. A palavra "yahoo" foi cunhada por Jonathan Swift na quarta seção de As Viagens de Gulliver e, desde então, entrou na língua inglesa de forma mais ampla. Swift descreve os Yahoos como imundos com hábitos desagradáveis, "bárbaros em forma humana", parecidos demais com seres humanos para o gosto do protagonista Lemuel Gulliver. Ele acha mais preferível a sociedade calma e racional de cavalos inteligentes, os Houyhnhnms. Os Yahoos são criaturas primitivas obcecadas por "pedras bonitas" que encontram cavando na lama, representando assim o materialismo desagradável e o elitismo ignorante que Swift encontrou na Grã-Bretanha. Daí o termo "yahoo" passou a significar "uma pessoa grosseira, brutal ou obscenamente grosseira" (NT)

transforma em fantasia, e sua capacidade de raciocínio é destruída.

Em um futuro não muito distante, eles vão te oferecer um acordo que eles acham que você não pode e não vai recusar. Você tem 'assistido' a fantasia projetada em sua casa através da televisão e nos cinemas. A tecnologia já está disponível para permitir que você 'entre' nessas fantasias, para se tornar um participante ativo, ou melhor ainda, para criar seu próprio mundo de fantasia pessoal que será tão real a ponto de enganar seus sentidos para acreditar que ele é real.

Depois de mais de 40 anos persuadindo você a ligar seus aparelhos de televisão, seus lavadores cerebrais vão agora, para usar a terminologia apropriadamente emprestada da contracultura das drogas psicodélicas, "excitar você" à "realidade virtual", uma nova droga legal com o disfarce da tecnologia, mais poderoso que o LSD.

Em meados de maio, dezenas de milhões de americanos viram pela primeira vez a realidade virtual em uma minissérie de quatro dias no horário nobre, "Wild Palms", produzida por Oliver Stone. Situado em uma sociedade vagamente fascista na primeira década do próximo milênio, o filme mostrou personagens usando óculos de sol especiais interagindo com hologramas muito realistas de mundos de fantasia projetados. O atual estado da arte da tecnologia é muito mais grosseiro e complicado, mas a promessa sedutora de "Wild Palms" já está presente.

Colocando a máscara

Um homem está de pé em uma plataforma em uma pequena sala. Na cabeça, ele usa o que parece ser um par de óculos,

completamente fechado e contendo um pequeno estéreo e telas de cristal líquido. Há algo que se estende dos óculos que se assemelha a um conjunto de fones de ouvido estéreo. Os óculos e os fones de ouvido estão firmemente presos à cabeça e, de cada um, vários fios se estendem, passando da sala para um recinto invisível do lado de fora.

Nas mãos, e estendendo o braço, o homem usa luvas finas. Visíveis nas luvas e no braço estão o que parecem ser sensores. Das luvas, estendem-se fios que estão suspensos no teto e depois viajam, como os outros fios dos óculos, para um local invisível.

A sala está vazia, suas paredes vazias. Está bem iluminado, mas o homem de óculos não consegue ver a luz. Dentro dos óculos, o homem vê um mundo tridimensional, repleto de objetos coloridos. Conforme ele move a cabeça, sua orientação, neste mundo dentro dos óculos, muda.

De repente, o que parece ser um dragão se lança em direção a ele. Ele se vira para o lado e, ao fazê-lo, aponta a mão para o ar. De repente, ele está voando acima do dragão. Em sua outra mão ele segura uma espada, e apontando a outra mão para baixo, ele se lança em direção ao dragão, mergulhando a espada na criatura. Através dos fones de ouvido, ele ouve o som da espada perfurando o dragão. O dragão cai no chão, morto por nosso herói enlucado. O homem move o pé e, olhando para baixo, vê-se colocado em conquista sobre o dragão.

A sala ainda está vazia. O homem não saiu da pequena plataforma. Tudo o que foi descrito aconteceu no que é chamado de 'ciberespaço', um reino gerado por computador que existe "dentro do cérebro de uma pessoa", um reino onde nada é real, mas tudo é 'percebido' como real. Bem-vindo à "realidade virtual".

O que foi descrito pode ter ocorrido em laboratórios de pesquisa na Universidade de Stanford, na Universidade da Carolina do Norte, no Media Lab do MIT ou em vários outros locais. Já existe uma rede significativa de indivíduos e laboratórios trabalhando no que foi rotulado como "VR" (virtual reality).

A tecnologia, mesmo baseada nos computadores mais recentes e mais rápidos e equipamentos de vídeo miniaturizados, permanece rudimentar. A realidade ainda não é "real" em termos de representação gráfica, e certamente não tão real quanto os hologramas de "Wild Palms"⁴⁰. Outras sensações, incluindo o tato e o olfato, estão sendo trabalhadas.

Mas com algumas das maiores empresas de eletrônicos, como Fujitsu e Sony, apoiadas pela máfia do entretenimento de Hollywood, incluindo os Disney Studios, bem como vários governos, dispostos a fazer frente à pesquisa e desenvolvimento, a melhoria virá rapidamente. Em menos de uma década, eles planejam ter "mundos de fantasia" de realidade virtual em locais nos Estados Unidos, com alguns tão grandes quanto as configurações atuais da Disney World.

Neste momento, algumas versões grosseiras de "jogos" de realidade virtual estão sendo comercializadas como teste em um ambiente de fliperama. Mas, embora tenha havido uma enxurrada de publicidade internacional para anunciar essa nova tecnologia, o acesso direto do público tem sido limitado, pelo custo e outros fatores, a um pequeno grupo interno e aos envolvidos na própria pesquisa. Isso mudará em um futuro próximo, quando uma grande comercialização em massa dos primeiros sistemas VR brutos começará.

⁴⁰ Lembrar que isso foi escrito em 1990, quando a interface gráfica das máquinas ainda estava se aprimorando. (NT)

Em última análise, talvez nos próximos 10 anos, está planejado que cada casa tenha sua própria versão de óculos "chamados monitores montados na cabeça ou HMDs" e luvas, ligados a programas executados em computadores pessoais ultrarrápidos. Os primeiros programas "caseiros" serão muito parecidos com os atuais cartuchos de videogame ou jogos de computador. Mais tarde, haverá mais opções disponíveis e, ainda mais tarde, as escolhas serão "autoprogramáveis".

O que está acontecendo

A VR "é uma realidade alternativa que ocupa o mesmo nicho preenchido pela realidade física", diz Jaron Lanier, 34 anos, cuja empresa, VPL Research, Inc., que fabrica o DataGlove usado em RV. "É criada quando as pessoas usam um tipo de roupa computadorizada sobre seus órgãos dos sentidos. Se você puder gerar estímulos suficientes fora dos órgãos dos sentidos para indicar a existência de um mundo alternativo específico, o sistema nervoso de uma pessoa entrará em ação e tratará o mundo estimulado como real."

Na cena de matança do dragão descrita anteriormente, os fios conduziam a um computador muito rápido que, através do uso de algoritmos programados, gerava imagens tridimensionais, projetadas nos monitores LCD colocados na frente de cada olho. Os sons foram enviados para os fones de ouvido estéreo. Outros fios também eram conectados a sensores que determinavam a orientação da cabeça e das mãos da pessoa, enviando essas informações de volta ao computador que, por sua vez, projetava as imagens visuais "interativas" apropriadas. As DataGloves também contêm sensores, que transmitem comandos direcionais,

servindo como comandos no programa de computador, que são traduzidos em imagens nas "telas oculares" de LCD.

Os sistemas de VR são limitados por sua capacidade de produzir imagens nítidas e realistas nas minúsculas telas de vídeo e pelo tempo de atraso entre a transmissão de interações humanas com essas imagens e sua aparência nas telas: "Agora está em algum lugar entre um sonho e um desenho animado", disse recentemente um programador de VR, descrevendo o atual "estado da arte".

No futuro, computadores de maior velocidade reduzirão o tempo de atraso para quase segundos ou menos. Existem planos para contornar o pesado equipamento HMD, substituindo as minúsculas telas nos óculos desajeitados por um sistema que transmitirá imagens "diretamente para a retina" - o equivalente aos óculos de sol "Wild Palms"; e já existem experimentos em andamento com essa nova tecnologia, chamadas de impressões de retina.

"Chegará o momento em que você vai olhar para algo e não haverá como distinguir se é algo vivo, se é artificial ou se é controlado por outra inteligência", diz Eric Gullichsen, co-fundador de outra "loja" de VR, Sense8, e a pessoa creditada por descobrir como adicionar a "terceira" dimensão aos mundos virtuais. "Esse tipo de distinção não significará nada daqui a dez ou vinte anos."

Em nossas discussões com os lavadores de cérebro de Tavistock sobre estímulos audiovisuais e televisão, eles descreveram a mídia 'passiva'.

Os filmes, especialmente com a adição de som e cor, projetavam imagens "virtuais" gigantescas em uma tela. Isso fez com que o espectador suspendesse o julgamento e permitisse que sua mente se relacionasse com a realidade artificial projetada na tela. O

efeito de lavagem cerebral em massa ocorreu em parte por causa da experiência compartilhada no teatro - muitas pessoas compartilhando a mesma realidade artificial, dando uma sensação de 'hiper-realidade'.

Nesse estado de "julgamento suspenso", Hollywood cria um diálogo não racional, baseado na substituição da "resposta emocional" pela razão. Isso é coerente em termos freudianos com o desencadeamento do id, ou o estado mental mais infantil, por meio de apelos aos aspectos carnis e instintivos da personalidade.

A televisão trouxe o poder das técnicas de lavagem cerebral de Hollywood para a sala de estar. Ainda assim, apesar de toda a sua nova tecnologia, do ponto de vista da lavagem cerebral, a televisão funciona da mesma forma que o filme de Hollywood.

No início da década de 1970, Fred Emery, de Tavistock, previu que haveria uma tendência crescente de buscar uma imersão mais completa na experiência de lavagem cerebral. Em última análise, disse ele, telas cada vez maiores, com resolução cada vez maior, seriam disponibilizadas e procuradas pelos espectadores, que seriam "atraídos para a tela".

Mas a interação ainda era de visualização passiva. Poder-se-ia fazer telas maiores e imagens mais reais, como os novos sistemas de televisão de alta definição, com som surround, replicando a experiência do teatro, mas o espectador somente poderia ficar mais perto da tela, com a tela representando tanto uma barreira quanto um aparente limite ao alcance da interface entre o sujeito humano e seu meio de lavagem cerebral.

A realidade virtual derruba essa barreira física. Ele coloca a "pessoa dentro das imagens na tela". A tela agora está dissolvida

e você 'interage' com o mundo artificial, mudando-o por suas ações.

Da mesma forma que é feito com a chamada lavagem cerebral violenta, os sistemas de RV "desligam completamente o contato com o mundo real". Não há estímulos 'externos' para interferir no processo de lavagem cerebral, tornando mais fácil para a mente ser "enganada" pelas "pistas" de RV geradas por computador.

Estudos psicológicos dos efeitos da imersão em mundos de RV por longos períodos de tempo mostram que, apesar da falta de coerência precisa com a experiência em tempo real e das imagens "desenhadas" da maioria dos programas de RV existentes, a experiência é poderosamente "viciante".

Além disso, enquanto as experiências "rápidas" de RV parecem produzir pouco ou nenhum efeito desorientador, com reajuste quase instantâneo ao "mundo real", o uso mais prolongado ou repetido produz 'dissociação' e até 'pânico'. Os controladores de RV sugerem que haja pessoas disponíveis para servir como "guias" e "reorientadores" para este período inicial. Eles levantam a hipótese de que, uma vez que um grande número de pessoas se acostume com a RV, elas serão capazes de lidar com isso por conta própria. O mesmo já foi dito das drogas alucinógenas.

LSD eletrônico

Há quase 50 anos, o degenerado escritor e psicólogo social Aldous Huxley apresentou uma visão de um mundo futuro em que experiências, feitas com o uso de uma droga chamada 'soma' e tecnologia, seriam capazes de manter uma população saciada e controlada. Os "feelies" do "Admirável Mundo Novo" possibilitaram que cada pessoa criasse sua própria fantasia, evitando a realidade

de sua existência controlada. O poder de controlar tal experiência, escreveu Huxley, é o poder de controlar a sociedade.

No livro "Admirável Mundo Novo Revisitado", escrito no final da década de 1950, Huxley afirma que 'soma' era uma religião, "uma maneira de justificar o caminho de Deus para o homem". Assim como uma religião, escreveu Huxley, "a droga tinha o poder de consolar e compensar, evocava a visão de outro mundo melhor, oferecia esperança, fortalecia a fé e promovia a caridade". E o fez sem dogma ou qualquer ato de razão por parte de seus iniciados. Essa consciência irracional, mas "superior", é o admirável mundo novo, disse ele.

Em um sentido muito real, "Admirável Mundo Novo" foi um livro de receitas para os lavadores de cérebros de Tavistock para a contracultura droga-rock-sexo dos anos 1960. A combinação do entretenimento da mídia de massa, especialmente a televisão, com a disseminação de drogas psicodélicas, como mesalina e LSD, foi usada para criar uma contracultura que elevou as experiências "feelie" à razão.

"No LSD-25 (dietilamida do ácido lisérgico)", escreveu Huxley em 1957, "os farmacologistas criaram recentemente outro aspecto do soma - um melhorador de percepção e produtor de visão... Esta droga extraordinária... tem o poder de transportar pessoas para outro mundo. Na maioria dos casos, o outro mundo ao qual o LSD-25 dá acesso é celestial; alternadamente, pode ser purgatorial ou mesmo infernal. Mas positiva ou negativa, a experiência do ácido lisérgico é sentida por quase todos sendo profundamente significativa e esclarecedora. De qualquer forma, o fato de que as mentes podem ser mudadas tão radicalmente a um custo tão baixo para o corpo é totalmente surpreendente."

De meados da década de 1950 até o início da década de 1970, vários milhões de doses de LSD e drogas alucinógenas semelhantes foram distribuídas, principalmente de graça, nos Estados Unidos, muitas sob o projeto secreto MK-Ultra da CIA.

Estudos conduzidos pelo Instituto Tavistock e redes aliadas de usuários universitários de psicodélicos na década de 1960 encontraram um número perturbador de casos de total disfuncionalidade. O uso repetido de LSD produziu uma tendência à psicose real, do tipo que exigia tratamento institucional. A droga, embora útil para um processo de lavagem cerebral por sua tendência a produzir um estado desassociado e "descentrado" em seus usuários, também produziu agressividade muitas vezes incontrolável e padrões de comportamento suicida.

Este claramente não era o "feelie" de Huxley, cujos efeitos poderiam ser controlados e previstos, e cujo uso poderia ser generalizado para uma população muito maior do que o pequeno percentual de usuários de LSD, coisa que Huxley, que se tornou um "cabeça de ácido"⁴¹, não percebeu naquela época.

Com o advento da realidade virtual, a "era dos 'feelies' está se extinguindo", escreve Howard Rheingold em seu livro "Virtual Reality". Rheingold ressalta que o "admirável mundo novo" em formação será muito mais próximo do imaginado no livro "cult" de ficção científica de 1984 "Neuromancer", de William Gibson.

No futuro de Gibson, conecta-se um chip de computador, chamado "stim", diretamente ao cérebro, produzindo as imagens de um mundo de fantasia interativo e auto-escolhido. É tão

⁴¹ Originalmente viciado em LSD e por analogia, viciado em qualquer droga pesada (NT)

simples como colocar um CD num leitor de discos. Os "stims", diz Gibson, são filmes ou vídeos para os sentidos.

Na maioria das vezes, os estímulos são pré-programados, mas também é possível se tornar um "piloto" na realidade de outra pessoa, como acontece, através do sistema nervoso central do mundo dos sonhos dos lavadores de cérebro - a Matrix, a infraestrutura global de comunicações e computação.

Gibson chama de 'ciberespaço' o novo reino da consciência assim criado - "*uma alucinação consensual experimentada diariamente por bilhões de operadores legítimos*". O termo 'ciberespaço' é agora o termo usado para descrever os mundos virtuais onde aqueles que experimentam VR acontecem.

O guru e vendedor-chefe da RV é o Dr. Timothy Leary, o mesmo homem que foi apelidado de "flautista de LSD" na década de 1960, o homem cuja frase "ligue, sintonize e saia"⁴² tornou-se um slogan da contracultura.

"Finalmente descobri uma maneira de produzir alucinações consensuais em massa", proclamou há dois anos, falando de VR. Leary era um psicólogo neofreudiano treinado e foi contratado por R. D. Laing, um dos principais agentes de Tavistock, para popularizar a experiência do LSD. Agora, Leary vai de reunião em reunião, de fórum em fórum, para pregar as maravilhas dos próximos "mundos virtuais".

"Não há limites para a realidade virtual", diz ele, lembrando de seus raps dos anos 1960 sobre o LSD. *"O uso de roupas de*

⁴² "Tune in, turn on and drop out" Significa que a pessoa deve interagir com o mundo (tune in), ativar seus neurônios no corpo (turn on) e abandonar a rotina de sua vida diária (drop out) (NT)

computador é tão significativo quanto o uso de roupas externas era no Paleolítico."

Em outro local, um fórum na cidade de Nova York, ele faz um rap mais "revolucionário" – "*a realidade virtual é 'o empoderamento final do indivíduo', algo com que sonhamos nos anos 1960*", diz ele. "*A realidade virtual significa que não teremos mais que carregar nossos corpos*", ele grita. "*A única função do corpo será para atos de diversão! Barreiras de classe e geografia cairão. As crianças do centro da cidade estarão movendo seus cérebros para onde quiserem. Noventa por cento de todas as viagens serão desnecessárias...*"

A escolha de Leary como vendedor de VR é bastante deliberada. Tavistock e seus aliados da Escola de Frankfurt estão tentando construir a contracultura das drogas da década de 1960, e ele é um dos elos mais visíveis e vivos desse passado degenerado. Previsivelmente sua conexão levou a mídia a rotular a VR, "LSD eletrônico", como foi feito em um artigo de primeira página no "Wall Street Journal".

Artigo após artigo exalta a RV como a "última viagem", uma droga 'legal', com o fascínio do LSD ilícito e a mesma promessa de "consciência expandida", mas sem nenhuma das desvantagens 'aparentes'.

A caracterização na cobertura midiática da natureza "sci-fi" da RV também contribui para a mística. "*Estamos criando os mundos de Buck Rogers e além*", disse um expoente de VR em um simpósio sobre o assunto. "*E eles disseram que isso só poderia ser feito com drogas! Bem, eles estavam errados.*"

Enquanto isso, Lanier e alguns outros tentam enfatizar a "diferença" entre LSD e VR. *"A ideia de amplitude na realidade virtual é absurda"*, afirmou Lanier em entrevista.

"VR é um meio. Ela afeta o mundo fora de seus órgãos dos sentidos e isso é tudo. Não tem nada a ver com a química do cérebro ou seu estado de ser. Se alguém fica eufórico na realidade virtual, seria porque você está reagindo ao mundo exterior dessa forma. O primeiro momento de liberdade é sempre extático, mas depois disso, você está por sua conta. Na verdade, não estou qualificado para falar sobre o assunto porque nunca tomei LSD. Não uso drogas e não bebo álcool."

Jaron Lanier, o homem que só parece um viciado em drogas rastafari, diz que quer levar VR em turnê, para alcançar as pessoas. Teria como modelo o passeio de ônibus psicodélico dos anos 1960, diz Lanier, onde Ken Kesey e seus "Merry Pranksters" distribuíram um grande número de doses de LSD para o projeto Mk-Ultra. Um número muito grande de pessoas envolvidas com a pesquisa de RV tomou, ou continua a tomar, drogas para "expandir sua consciência".

"Tenho a liberdade de dizer que sou um cabeça de ácido e não pretendo ser o contrário", disse John Perry Barlow, autor de ficção científica e letrista do grupo de heavy metal Grateful Dead, que é amigo íntimo de seu colega estúpido, Jaron Lanier. *"A maioria das pessoas que conheço neste âmbito tomou drogas psicodélicas. Só não acho que essa cultura esteja sendo particularmente honesta sobre isso."*

De vez em quando, um dos cultistas de fala claramente. Tal foi o caso de uma conferência "Cyberthon" em 1990, apropriadamente realizada em São Francisco, a antiga capital da contracultura

psicodélica. Após uma apresentação de Leary, Terrance McKenna, que foi descrito como "um etnobiólogo que estuda alucinações naturais", levantou-se para abordar a reunião de cientistas, fanáticos por RV e novos iniciados na forma do que já foi chamado de "rap chapado".

"É uma ideia meio estranha, mas as pessoas fazem VR há cerca de 125.000 anos. Eles apenas a chamavam de drogas psicodélicas." Enquanto ele falava, várias imagens foram projetadas em uma tela em movimento em branco, descrita por um observador como uma *"serpente do caos mudando de rosa para violeta claro e para branco"*.

"Precisamos recapturar o ambiente conspiratório do tráfico de drogas do passado que continuamos tentando deixar para trás", continuou McKenna. *"Porque é uma conspiração, não se engane sobre isso..."*

A verdadeira conspiração

Mas a conspiração a que McKenna se refere não é um bando de traficantes de drogas, ou mesmo aqueles que, como ele, estão vendendo as "alucinações consensuais" compartilhadas da RV. As pessoas que controlam Leary e McKenna, e que irão finalmente tomar as decisões sobre o marketing de massa deste LSD eletrônico, são as mesmas forças que controlam a mídia de massa e a televisão. A verdadeira conspiração é a dos interesses oligárquicos que dirigem os estábulos dos lavadores de cérebros em Tavistock e os engenheiros sociais e filósofos da Escola de Frankfurt e todas as suas ramificações em todo o mundo. É uma conspiração aberta, como explicamos, cujo objetivo é destruir a civilização ocidental judaico-cristã.

A intenção desta conspiração superior é usar a tecnologia da realidade virtual para reduzir ainda mais o Homem a uma besta não humana, irracional e hedonista.

A realidade virtual pode alterar a maneira como um indivíduo se relaciona com o mundo em que vive. Assim como uma experiência com drogas, a RV reduz a capacidade e o desejo de distinguir o certo do errado e a verdade da falsidade. A personalidade torna-se intensamente egocêntrica, com uma visão de mundo distorcida.

Sob tais condições, o estado mental da pessoa mergulha em direção ao mais infantil e mais bestial que, no paradigma freudiano, é chamado de id. Dentro desse estado residem figuras de "poço", imagens oníricas horríveis relacionadas a experiências ruins na infância e depois dela. A razão desaparece, substituída por fixações em objetos e coisas, como acontece no caso das crianças pequenas.

Estudos patrocinados por Tavistock sobre experiências com LSD revelaram que os chamados estados "bem-aventurados" frequentemente mencionados não passavam de fantasias oníricas de natureza infantil. A "consciência expandida" é realmente uma "consciência severamente reduzida", uma redução dos poderes da razão.

Fundamental para a civilização judaico-cristã ocidental é a idéia do homem sendo criado à imagem viva de Deus, "*imago viva Dei*". Não é nossa aparência externa que nos torna semelhantes a Deus. Cada um de nós contém em si a centelha divina da razão criadora, e é somente em relação a essa capacidade que somos feitos à imagem de nosso Criador, distinto de todas as outras espécies.

O cultivo dessa centelha divina é a principal responsabilidade tanto da sociedade quanto do indivíduo. Se falharmos em desenvolver nossas capacidades criativas ao máximo possível, e em aplicar essas capacidades para agir para o Bem, então cometemos um pecado. O LSD ou uma experiência de "droga" de realidade virtual, ao prejudicar ou destruir esse poder da razão moralmente informada, nos torna menos humanos.

A contracultura perversa proclama orgulhosamente esse enfraquecimento do potencial humano, esse triunfo do id, como o estado humano "desejado". Ouça o "rap" de Jaron Lanier:

"Quando bebês, cada um de nós tinha uma incrível quantidade livre de imaginação. Isso se choca com a dura realidade do mundo físico, que nos oprime. E que a imaginação do bebê não pode ser percebida; que só aprendemos a viver com ela quando decidimos a nos chamar de adultos. Com a realidade virtual, você tem um mundo com muitas das qualidades do mundo físico, mas que não nos oprime. Nos liberta do tabu contra infinitas possibilidades. Por isso a realidade virtual excita tanto as pessoas."

O 'tabu' do qual devemos ser liberados é o poder da consciência moralmente aprendida de alguém para governar a mente e a alma. A realidade virtual, como deve ser desenvolvida, cria um mundo artificial no qual, dizem-nos, somos livres para fazer o que quisermos porque não terá consequências no "mundo real". Se você quer fazer sexo com a mulher do seu vizinho, vá em frente e faça isso no mundo virtual; ele não se importará porque é apenas a imagem gerada por computador dela com a qual você está fornicando.

As infinitas possibilidades de gratificação carnal e sensual (no sexo virtual, completado com uma experiência orgiástica muito real) devem ser dadas à população, enquanto a 'percepção' da consequência é removida. VR é, portanto, o máximo em 'entretenimento'.

Do ponto de vista freudiano ou neofreudiano, isso é o máximo na liberação dos desejos reprimidos do ego e do id. Com a atuação de suas fantasias reprimidas, a pessoa é 'libertada' e 'livre', de acordo com o paradigma neofreudiano, produzindo uma nova consciência que redefine adequadamente o bem e o mal. É um universo que está, nas palavras de Friedrich Nietzsche, "além do bem e do mal". O homem pode fazer o mal sem o efeito do mal e, portanto, purgar-se regularmente de seu desejo inato de 'ser' o mal, argumentam os neofreudianos que falam muito bem da "experiência virtual".

Mas, se alguém faz o mal, mesmo que seja apenas na imaginação, então está pecando contra seu Criador. Ele está se degradando e rebaixando a si mesmo, em nome dessa 'catarse', e enfraquecendo seu poder de raciocinar. No mundo virtual de fantasia não pode haver verdade universal, apenas a experiência do momento. E sem verdade universal, não pode haver razão. Se a verdade é morta, então a civilização judaico-cristã é morta com ela.

Uma cerveja de bruxa⁴³

Essa "nova consciência da experiência virtual" é exatamente o que Leary defendia como o benefício do LSD durante a revolução psicodélica. Ele chama isso de "novo espiritualismo", mas é apenas a velha "cerveja de bruxas" da filosofia da Escola de Frankfurt que gerou a contracultura, apoiando-se fortemente no mentor de Leary, R. D. Laing, e nos ensinamentos do pró-Hitler, o renegado freudiano Carl Jung.

De acordo com John Barlow, letrista do Grateful Dead, cuja fundação ajuda a financiar pesquisas e experimentos em RV, a intenção é reintroduzir, em uma máscara tecnológica, o tipo de pensamento associado à contracultura dos anos 1960. *"As drogas não são o problema aqui"*, disse ele a um entrevistador. *"É a epistemologia⁴⁴ escorregadia que os psicodélicos induzem."*

A epistemologia escorregadia da contracultura rock-droga-sexo está agora, cerca de 30 anos depois do chamado Verão do Amor de 1967⁴⁵, profundamente enraizada em nossa cultura popular. *"Você não precisa tomar drogas psicodélicas para ter seus efeitos"*, disse ele, já que domina nossa cultura popular. Isso prepara o terreno para a revolução da RV, proclamou Barlow.

⁴³ *Witche's brew* – literalmente "cerveja de bruxa" mas que significa uma mistura de coisas que tem um efeito nocivo, perigoso ou de conotação diabólica. (NT)

⁴⁴ o ramo da filosofia que investiga a origem, natureza, métodos e limites do conhecimento humano. (NT)

⁴⁵ O "verão do Amor" (Love Summer) de 1967 na costa oeste e o festival de Woodstock em 1969, na costa leste foram os dois festivais onde a contracultura dos anos de 1960 se afirmou, ambos onde o trio rock-drogas-sexo foram levados ao extremo (NT)

Verdade é mentira...

"Quando se descobre que a verdade é mentira/ E toda a alegria dentro de você morre/ Você não quer alguém para amar?/ Você não precisa de alguém para amar?/ É melhor você encontrar alguém para amar."

Assim era a letra de um dos hinos populares da "revolução" psicodélica do Jefferson Airplane, cujos membros da banda eram usuários confessos de LSD e discípulos de Timothy Leary.

A música dos "anos dourados", que agora é tocada na rádio e o VH-1 "vídeo de gente velha", o canal da MTV voltado para o público baby boomer, são conscientemente baseados nos ensinamentos do mentor de Leary, R. D. Laing, cujo livro, "A Política da Experiência", foi a bíblia da contracultura das drogas LSD.

Um freudiano radical, Laing afirmou que a verdade é determinada apenas pela "experiência psicológica individual". Tudo o que foi ensinado pela sociedade para o indivíduo, todos os seus valores, bons e ruins, toda a história que veio antes, tinham que ser "desaprendidos". Em uma visão coerente com a loucura do "politicamente correto" de hoje, Laing argumentou que qualquer tentativa de impor um conceito universal de verdade, portanto, deve ser falsa. A sociedade, atuando por meio do núcleo familiar, busca impor à sua juventude tal conceito de verdade universal. Isso, diz Laing, é um ato de agressão contra a criança, que inibe o desenvolvimento dos poderes experienciais e intuitivos da criança, que Laing identifica erroneamente como sua única fonte de criatividade.

No tempo de criança, experimenta-se verdadeiramente o mundo, diz o psicótico Laing. Devemos retornar a esse estado infantil. "*A relevância de Freud para o nosso tempo*", escreve Laing em "*A política da experiência*", "*é em grande parte sua percepção e, em grande medida, sua demonstração de que a pessoa comum é um fragmento murcho e ressecado do que uma pessoa pode ser*".

"Como adultos, esquecemos a maior parte de nossa infância, não apenas seu conteúdo, mas seu sabor; como homens do mundo, mal sabemos da existência do mundo interior - mal nos lembramos de nossos sonhos e fazemos pouco sentido de quando o fazemos; quanto aos nossos corpos, retemos sensações proprioceptivas suficientes para coordenar nossos movimentos e garantir requisitos mínimos para a sobrevivência biossocial. Nossa capacidade de pensar... é lamentavelmente limitada; nossa capacidade até de ver, ouvir, tocar, saborear e o olfato está tão envolta em véus de mistificação que uma disciplina intensiva de desaprender é necessária para 'qualquer um' que possa começar a experimentar o mundo de novo, com inocência, verdade e amor."

É preciso rejeitar a ordem social, rejeitar o próprio conceito de sociedade para se tornar integral, para voltar a ser infantil, diz Laing. Isso leva a uma de suas conclusões mais infames e absurdas - que não há distinção na sociedade entre o são e o insano. As únicas pessoas sãs são aquelas que são rotuladas como insanas. Para restaurar o equilíbrio social, o indivíduo deve ser levado à loucura. Somente a partir desse estado psicótico pode-se alcançar uma nova consciência.

O modo, como ele destaca, para alcançar essa transformação é a 'fantasia'. Repetindo um tema de vários filósofos da Escola de Frankfurt, Laing afirma que o homem deve retornar às suas raízes

'primitivas' para buscar uma forma mais elevada do que ele chama de espiritualidade. Todas as religiões primitivas confiam no mistério e na fantasia - muitas vezes induzidas e reforçadas pelo uso de drogas - afirma Laing. É neste estado de fantasia que reside a "consciência superior".

O objetivo declarado de Laing é criar uma sociedade baseada em fantasias do id, onde cada pessoa possa estar em contato com sua "fantasia pessoal". Deve-se tentar alcançar primeiramente as crianças, diz ele, antes que suas famílias e religião as "tornem ridículas". Uma vez que as crianças estejam "ligadas", uma vez que possam experimentar a verdade como amor orgiástico, elas podem se tornar uma força para mudar toda a sociedade.

Tais são os delírios de um louco perigoso. Em uma sociedade conscientemente mergulhada nos conceitos da civilização judaico-cristã, que valoriza a mente criadora soberana e o conceito de caridade, esse ensinamento seria repellido. Mas na década de 1960, as ideias de Laing foram popularizadas como parte de um movimento contra a civilização e a própria razão. Aqueles que ouviram e debateram as ideias estavam cercados pelo uso de drogas psicodélicas e pela cultura de massa que isso gerou.

Drogas e LSD foram partes fundamentais da rebelião. Elas eram a "prova" de que a "consciência superior", como diziam Laing, Leary e seus colegas, podia ser acessada sem conhecimento formal. A viagem provou que quanto menos você "sabia", mais você entendia. A alucinação causada pela interação da droga com a química do cérebro apresentava uma visão do "Céu" e ocasionalmente do "Inferno", que Leary uma vez afirmou mostrar a futilidade de tentar "entender" esses conceitos das mentes de "grandes pensadores". A vida é assim reduzida a uma série de experiências hedonistas.

O último capítulo de "The Politics of Experience" é supostamente um registro de uma "viagem" de LSD ou várias viagens, escritas enquanto Laing estava em Tavistock. Termina com outra famosa citação da contracultura, repetida em vários fóruns e meios de comunicação:

"Realmente não há mais nada a dizer quando voltamos a esse começo de todos os começos que não é nada. Somente quando você começa a perder esse Alfa ou Ômega você quer começar a falar e escrever, e então tudo é interminável, palavras, palavras, palavras. Na melhor das hipóteses e na maioria são in memoriam, evocações, conjurações, encantamentos, emanações, clarões cintilantes e iridescentes no céu da escuridão, um tato ainda viável, indiscrições, talvez perdoáveis... "

"Luzes da cidade à noite, do ar, recuando, como essas palavras, átomos, cada um contendo seu próprio mundo e todos os outros mundos, cada um sendo um fusível para ligar VOCÊ...

"Se eu pudesse te excitar, se eu pudesse te tirar de sua mente miserável, se eu pudesse te dizer, eu te deixaria saber."

Mais de 25 anos depois, nossa sociedade e a maioria dos indivíduos vivem de acordo com um cálculo hedonista não muito diferente dos ensinamentos de Laing e Leary. É por isso que Leary e aqueles que o controlam estão tão confiantes de que podem fazer com que você aceite a nova droga. Seus objetivos permaneceram consistentes.

"Se pessoas inspiradas e talentosas são tomadas pela visão e desejo de torná-la assim", escreve Howard Rheingold, o

autodenominado escriba da revolução da RV, "*a Realidade virtual pode se tornar a primeira forma saudável, integradora e não patológica de êxtase, capaz de liberar com segurança as energias dionisíacas há muito reprimidas de nossa civilização fortemente apolínea*".

Uma resposta para a pergunta do LSD eletrônico é, portanto - "*sim, a RV pode se tornar a chave para abrir as portas da percepção, se alguém tiver a graça e o bom senso de projetá-la adequadamente.*"

A RV, conclui ele, "*representa a possibilidade de que, algum dia, de alguma forma, as pessoas usarão o ciberespaço para sair de suas mentes e de seus corpos*".

O Sonho de Jung

Carl Jung morreu há 30 anos, bem no início da contracultura psicodélica que daria às suas ideias uma nova proeminência. Agora, à medida que nos aproximamos do final do século, essa contracultura ajudou a mudar a sociedade para uma nova Idade das Trevas baseada em parte em um paradigma junguiano.

Trinta anos atrás, Jung representava uma variante selvagem do freudismo radical. Ele foi denunciado por tudo o que era: um místico, uma fraude não científica e um defensor dos nazistas. Ele era, de fato, um gnóstico delirante, baseando-se nos primeiros ensinamentos gnósticos para conceber uma psicologia que colocasse o homem em um universo governado por deuses e demônios místicos igualmente poderosos, que existem dentro do próprio homem. O homem deve aprender a "experimental" essas forças, a aceitá-las, disse Jung, e não colocar princípios racionais no caminho dessa experiência.

Esse misticismo gnóstico levou Jung a elogiar Hitler como o líder supremo e fez de suas teorias um componente útil da matriz da contracultura de drogas. Jung pensou que poderia "explicar" o que as pessoas viam em suas viagens de LSD, suas visões, e fornecer uma explicação "sintética" para seus estados mentais. O conteúdo do poço que as drogas produziam, o estado irracional do id, era o "inconsciente coletivo", segundo Jung. Era composto de símbolos e imagens míticas que ligam o homem ao seu eu animal mais primitivo.

Jung, cujo estilo de vida debochado era bem conhecido, afirmou que o homem deve rejeitar a Igreja e seus falsos ensinamentos, em favor de uma noção mística de Deus. Repetindo Freud, ele escreveu que o homem cria deus e diabo à sua própria imagem; mas, separando seu gnosticismo do ateísmo de Freud, Jung escreveu que essas imagens de deuses e demônios não são ilusões, mas o verdadeiro eu do inconsciente coletivo.

Jung argumentou que o homem precisa de seus mitos e espiritualidade para manter sua sanidade; chamar essas coisas de simples ilusão e tentar fazer o Homem romper com elas, como Freud havia argumentado, produziria psicose disfuncional.

Havia mais na vida do homem do que a libido, o impulso sexual, e mais na formação da personalidade do que a primeira infância, afirmou Jung. Há um impulso para a "individualização" e para a "autoconsciência" que faz com que o homem deseje tornar-se parte de algo maior que ele mesmo. Isso, disse Jung, poderia ser um movimento social ou político. A verdade de tais movimentos, e seu poder, dependia se eles apelassem mais ou menos diretamente ao "inconsciente coletivo".

Rasgando o paradigma freudiano e sua visão de que o inconsciente é o repositório pessoal de ideias e desejos infantis reprimidos pela sociedade, Jung disse que o inconsciente coletivo, o id infantil, era o local de todos os processos universais. As imagens do id, que ele chamou de 'arquétipos', revelam a luta dualista essencial dentro da alma entre o bem e o mal. O Deus cristão é falso, de acordo com Jung, porque é bom; o verdadeiro Deus é tal como o homem é - bom e mau. Assim, cada arquétipo tem seu oposto ou seu lado sombrio.

O homem se relaciona inconscientemente com a sociedade por meio dessa luta entre o bem e o mal, escreveu Jung. A visão

judaico-cristã da sagrada responsabilidade do indivíduo soberano de agir para o Bem, afirmou Jung, é fonte de desconforto e psicose, pois nega que o Homem e Deus contenham em si o mal.

"Por que não descobrimos há muito tempo o inconsciente e levantamos seu tesouro de imagens?" Jung pergunta. "Simplesmente porque tínhamos uma fórmula religiosa para tudo o que é psíquico - e uma que é muito mais bela e abrangente do que a experiência imediata... Todos os esforços do homem foram, portanto, direcionados para a consolidação da consciência... Este era o propósito do rito e dogma; eram as barragens e os muros para conter os perigos do inconsciente, os 'perigos da alma'... São essas barreiras, erguidas nos tempos primitivos, que mais tarde se tornaram os fundamentos da Igreja. essas barreiras que desmoronam quando os símbolos se tornam fracos com a idade."

O "inconsciente coletivo" se revela em nossos sonhos, afirmou Jung. Ele é acessado apenas quando nossa guarda está baixa; quando as barreiras sociais que o inibem são removidas, e isso ocorre mais prontamente nos sonhos.

Somente replicando o estado de sonho o Homem pode entrar em contato com Seu inconsciente coletivo. Nesse momento, as barreiras erguidas pelos ensinamentos religiosos e sua consciência moral desmoronam, afirmou Jung. O homem deve aprender a não temer o colapso dessas barreiras. Do outro lado está outro mundo, de sombras e imagens, de pesadelos e fantasias, mas somente experimentando podemos "conhecer" o Criador. Se a religião está entre nós e tal experiência, se a sociedade está entre nós e a nova espiritualidade, então devemos mudar a Igreja e seus ensinamentos, e mudar a sociedade. *"Nossa preocupação com o inconsciente",* escreveu Jung, *"tornou-se a questão vital para nós - uma questão de ser ou não-ser espiritual".*

Na medida em que a ciência, com seu hiper-racionalismo, tenta impor suas explicações e ethos à sociedade, ela se torna inimiga da civilização, afirmam os junguianos. Somente através do reconhecimento da dimensão do inconsciente coletivo a ciência pode servir aos interesses do Homem. A ciência deve confiar no inconsciente, na fantasia, nos sonhos, para criar ideias de valor para o Homem.

Jung estava obcecado em expor suas diferenças com a teoria freudiana, mas quando tudo foi dito e feito, elas chegaram a ser apenas uma questão de grau. Ambos concordaram que o homem era um animal, e que a visão dos ensinamentos judaico-cristãos que separavam o homem do animal era falsa e um ato de arrogância. Onde Freud atacou a Igreja a partir da visão hiper-racionalista e aristotélica do Iluminismo, separando as questões do espírito da ciência, Jung procurou cooptar os seguidores da Igreja com uma nova espiritualidade mística, que subordinava a ciência ao misticismo. Mas mesmo isso não é 'novidade', mas meramente uma reformulação da heresia gnóstica.

A cooptação está funcionando, com forte apoio da mídia de massa. O pensamento junguiano agora pode ser encontrado em todos os lugares onde há a promoção da Nova Era. É encontrado em comerciais de cerveja que falam do inconsciente coletivo, enquanto filmes populares, como a trilogia "Guerra nas Estrelas", são conscientemente construídos em imagens e ideias junguianas. Livros sobre temas junguianos têm subido nas listas de best-sellers. Suas ideias estão sendo incorporadas no trabalho de um número crescente de clérigos cristãos. Os institutos junguianos estão treinando padres católicos e episcopais às dezenas de milhares, enquanto os arquétipos de Jung e as discussões do inconsciente coletivo estão sendo incorporados em sermões e programas de aconselhamento pastoral, de acordo com um artigo

recente de uma revista sobre o tema do "renascimento" junguiano nos Estados Unidos.

"Ele se encaixa muito melhor do que a abordagem freudiana, porque Freud era ateu", disse o reverendo Philip Blake, da Casa de Retiros Jesuíta de Los Altos, Califórnia, ao "U.S. News and World Report". "Eu vivo minha vida de acordo com a mensagem do Evangelho, não de acordo com Carl Jung. Mas ele é uma ajuda para mim."

Os conceitos junguianos são centrais para o próximo estágio da degeneração social envolvendo as máquinas comercializadas em massa de fantasia pessoal da "realidade virtual". Aqueles fortemente envolvidos com a revolução VR vivem e respiram Carl Jung e suas ideias místicas. Eles vêem sua nova tecnologia como a chave para abrir a porta para o mundo dos sonhos junguianos, para a criatividade como eles a entendem. É totalmente coerente com a natureza LSD da nova tecnologia.

"No futuro, vejo a 'realidade virtual' como um meio de comunicação onde as pessoas improvisam mundos em vez de palavras, inventando sonhos para compartilhar", disse Jaron Lanier, guru da RV, em entrevista recente à revista. "Uma conversa VR ideal teria a continuidade e espontaneidade de uma sessão de jazz, mas o conteúdo literal está faltando. As coisas que estão sendo feitas seriam objetos - casas, processos químicos ou qualquer outra coisa sobre a conversa. Seria uma conversa de realidade, uma forma objetiva do sonho junguiano, o inconsciente coletivo. Você pode chamar isso de consciência coletiva."

Não foi um truque fácil popularizar as ideias do místico nazista Carl Jung. No auge da contracultura do LSD dos anos 1960-70, seus seguidores eram poucos, e a maioria da população americana não estava familiarizada com ele.

Mas enquanto as pessoas não conheciam o "mumbo-jumbo"⁴⁶ dos delírios pagãos de Jung, eles já estavam recebendo uma forte dose do simbolismo através da mídia de entretenimento de massa. O cinema e a televisão bombardearam a população com o simbolismo junguiano, criando mundos mitológicos de "super-heróis" e "supervilões", ao mesmo tempo em que introduziam representações de arquétipos como a "Grande Mãe" ou o "Velho Sábio" ou a "Donzela" ou a "Juventude eterna".

Isso não foi coincidência - A maior concentração de junguianos nos Estados Unidos continua estar na própria Hollywood, onde vários produtores, diretores, atores e atrizes e roteiristas passaram pela "terapia dos sonhos" junguiana. Além disso, os chamados músicos, letristas e outros do mundo do rock, influenciados pela experiência do LSD, gravitaram em torno do pensamento junguiano e inseriram seu simbolismo em suas canções.

Para criar a base para um novo paganismo, alguém teve que pegar as idéias de Jung e reembalá-las em uma ideologia coerente, uma que pudesse aproveitar a existente lavagem cerebral em massa da população feita através da televisão e outros entretenimentos populares. O vendedor disso foi o falecido Joseph Campbell, que conscientemente se arvorou em "recontar a história do Homem". Campbell, que parecia o Velho Sábio, especialmente em seus últimos anos, ofereceu uma história mentirosa da religião como mitologia comparada. Considerado a maior autoridade mundial em mitos, ele criou um conto que negou a superioridade do pensamento judaico-cristão ocidental, ordenando ao homem que buscasse a sabedoria dos mitos primitivos.

⁴⁶ Uma linguagem ou ritual obscura e confusa (NT)

Enquanto Jung e mesmo Freud alcançaram um público imediato relativamente pequeno, Campbell, com o apoio da mídia de massa pagã, alcançou mais de 100 milhões de pessoas em todo o mundo. Em meados da década de 1980, a televisão pública americana produziu uma série de palestras que foi seu programa mais popular da história. Como meio de alcançar milhões adicionais, essa série tornou-se um livro best-seller internacional e foi distribuído para escolas, campi e para o lar por meio de vídeos.

"*Os Mitos*", Campbell afirmou, em sua famosa entrevista à PBS juntamente com um autoproclamado convertido ao seu pensamento, Bill Moyers, "*são pistas para as potencialidades espirituais da vida humana... Acho que o que estamos buscando é uma 'experiência' de estar vivo, para que nossas experiências de vida no plano puramente físico tenham ressonância e realidade dentro do mais íntimo de nosso ser, para que realmente sintamos o êxtase de estar vivos.*"

Um mito, diz Campbell, parafraseando Jung, é "*o sonho da sociedade. O mito é um sonho público...*" Citando diretamente Jung, ele explica que o conteúdo dos mitos é o arquétipo, que ele chama de "idéia básica".

"*Jung falou de arquétipos do inconsciente*", ensina Campbell a Moyers, dizendo que eles podem ser erroneamente identificados como ideias "elementares". "*J'Archetype é o melhor termo porque a idéia elementar sugere uma palavra-chave. Arquétipo do inconsciente significa que vem de baixo.*" Ele diz que a diferença entre os arquétipos de Jung e os complexos de Freud é que Jung, na mente de Campbell, viu corretamente que não é apenas a mente que os cria, mas que são manifestações dos órgãos do corpo e seus poderes místicos. Eles são "biologicamente fundamentados" e, como tal, afirma Campbell, têm um significado mais elevado do que as abstrações mentais.

Os mitos, afirmou Campbell, dão expressão a essas "verdades" biológicas. A verdade biológica é mais poderosa do que a razão em si, porque fala das características animais inatas do homem. O poder do mito, diz ele, é nos ensinar através do "herói", o poder de superar "paixões sombrias, o herói simboliza nossa capacidade de controlar o selvagem irracional dentro de nós".

Repetindo Freud e Darwin, ele argumenta que o Homem não pode negar Sua herança biológica como animal; ele condena o pensamento cristão que nega isso, e postula o homem como algo superior. Para experimentar verdadeiramente a vida, é preciso, diz ele, "admitir dentro de nós a febre carnívora e lasciva" que é endêmica à natureza humana. Esse fato é a verdade de todos os mitos válidos, diz Campbell a Moyers.

Como os mitos são biologicamente determinados e transmitidos, não há como julgar sua verdade "individual". Basta adotar símbolos apropriados para o tempo e local adequados da história humana, afirma Campbell. "*O culto maligno de Ísis-Osiris*", ele afirma, "*tem um mito que é tão válido quanto o "mito" de Cristo. Eles são "mitologias compartilhadas", Campbell mente, "com um fluindo de um lado para o outro. É apenas o dogma religioso ultrapassado da Igreja que impede alguém de ver isso"*, afirma ele.

Os mitos, diz Campbell a Moyers, servem a quatro funções:

- *A primeira é a função mística... O mito abre o mundo para a dimensão do mistério, para a realização do mistério que apoia todas as formas.*
- *"A segunda é a dimensão cosmológica", afirma Campbell, "a dimensão com a qual a ciência está preocupada -*

mostrando qual é a forma do universo, mas mostrando de tal maneira que o mistério novamente se manifeste". Dessa forma, o mito mina a crença na cognoscibilidade do universo e força a ciência a se comprometer com "verdades mais profundas", como a loucura delirante do ambientalismo, da qual Campbell foi um dos principais defensores.

- *"A terceira função é a sociológica - apoiar e validar uma determinada ordem social", diz. O pensamento judaico-cristão está "desatualizado", disse ele, falando sobre as ideias de dois ou mais milênios atrás e não sobre as de hoje. Em sua mente, uma vez que não existe uma verdade universal governando nossas ideias, pode-se "refinar" e até mudar essas ideias, conforme a necessidade. Precisamos de um novo mito religioso, com novos símbolos, não as imagens "cansadas" do Renascimento, talvez até mesmo um panteísmo, que nos permita "com nossa sabedoria, voltar a entrar em acordo com a natureza e realizar novamente nossa fraternidade com os animais e com a água e o mar". Isso pode ser feito com novos mitos e tecnologias de mitos, servindo à quarta função das mitologias:*
- *"a função pedagógica, de como viver uma vida humana sob quaisquer circunstâncias. Os mitos podem ensinar isso."*

George Lucas, o criador da trilogia "Star Wars", era um discípulo autoproclamado de Campbell e Jung, que reconheceu abertamente sua dívida com Campbell pelo conteúdo de "Star Wars". Na verdade, parte da série de Campbell na PBS foi filmada no Skywalker Ranch de Lucas, na Califórnia.

Campbell elogiou os esforços de Lucas na criação de mitos, afirmando que a série de filmes contém os símbolos e a pedagogia necessários para ensinar uma nova consciência. Lucas, disse ele a Moyers, deu "a mais nova e poderosa reviravolta" na história do herói.

Lucas construiu conscientemente "Star Wars" como mito, Campbell declarou, usando todos os arquétipos junguianos quase sem "máscaras" - o velho sábio, que é o sábio de todos os tempos, tanto em seu aspecto positivo (ObeKnobe) quanto negativo (Darth Vader), a Donzela (Princesa Ilyia), a Eterna Juventude (Luke Skywalker), etc. isso soa "verdadeiro", apelando para o inconsciente coletivo infantil, tanto nos jovens quanto nos velhos.

"Certamente 'Star Wars' tinha uma perspectiva mitológica válida", disse ele a Moyers. *Mostra o Estado como uma máquina e pergunta: 'a máquina vai esmagar a humanidade ou servir à humanidade?'*... É o que Goethe disse em "Fausto", mas que Lucas apresentou com idioma moderno - a mensagem que a tecnologia não vai nos salvar. Nossos computadores, nossas ferramentas não serão suficientes. Temos que confiar em nossa intuição..."

O ponto alto do primeiro filme, ele diz, vem quando Luke entende que o verdadeiro conhecimento "está dentro" e que ele deve "desligar o computador e confiar em seus sentimentos". Não surpreendentemente, um dos maiores promotores da realidade virtual é George Lucas, que vê a RV como a tecnologia que pode ensinar a ideologia de Campbell às massas. Para Campbell, a Palavra de Deus, o Logos, tornou-se o encantamento místico, "*Que a força esteja com você*", nas palavras de ObeKnobe.

Assim como eles estão imersos no pensamento e no simbolismo junguiano, o culto da RV olha para o que estão fazendo através

dos espelhos perversos e sedutores de Campbell. Eles citam o trabalho de Campbell para "provar" que a essência de toda experiência religiosa é o uso da ilusão ou "realidade virtual" para *"atrair a atenção de um iniciado para uma realidade mais profunda, subjacente às aparências do mundo mundano - uma realidade que difere não na forma ou matéria ou energia de sua manifestação, mas na forma como o iniciado está consciente disso"*, segundo Howard Rheingold, em seu livro intitulado "Realidade Virtual".

Citando as ideias de Campbell como base, Rheingold afirma que a realidade virtual combina os dois lados do culto delfico de Apolo-Dionísio – o "racional" da experiência apolínea com o poder e o êxtase da experiência dionisíaca:

"Há momentos de êxtase dionisíaco em que o prazer é ver, sentir e ouvir a forma como ele se despedaça e se desfaz. A expressão sublime de poder e força que despedaça todas as coisas e traz todas as coisas à tona são os dois pontos de vista. Um ascende ao dinamismo e o outro ascende ao princípio formal. Mas para a obra de arte é preciso ter os dois."

Rheingold, novamente citando Campbell, diz que o propósito da ilusão de RV é arrancar o homem de sua consciência racional para que o inconsciente e outros poderes dionisíacos possam assumir o controle. Ele cita uma palestra de Campbell sobre um ritual dionisíaco que descreve a "verdade interior" da RV:

"Havia uma tigela de metal, que tinha sido reconstruída matematicamente, associada à iniciação. A concavidade da tigela era tal que um jovem que olhasse esperando ver seu próprio rosto veria, em vez disso, o rosto de um velho, ou a máscara de um velho segurada pelo iniciante. O choque

da realização, a morte e a velhice na juventude, representam a abertura da mente para uma dimensão lógica de sua própria existência. Não se fixando neste momento particular da vida, o iniciado é despertado para o curso da vida. A partir disso, haverá reestruturações associadas quanto ao sentido de tudo isso. Esse tipo de choque não seria experimentado se o jovem tivesse sido informado por um amigo que já tinha passado pelo mistério. Por isso era considerado criminoso trair qualquer coisa dos mistérios. Agora, se coisas assim também estivessem associadas a uma ligeira situação alucinógena na mente, você pode imaginar que tipo de iluminação viria.

"Comprei uma máquina maravilhosa", disse Campbell a Moyers, "um computador... É um milagre o que acontece nessa tela. Você já olhou dentro de uma dessas coisas?... Você não vai acreditar: toda uma hierarquia de anjos – tudo em pilhas. E todas aquelas válvulas -- esses são milagres. Eu tive uma revelação do meu computador sobre mitologia. Você pode comprar um software, e há todo um conjunto de sinais que levam ao acerto do alvo. Se você começar a brincar com sinais que pertencem a outro sistema de software, eles simplesmente não funcionarão... Você deve entender que cada religião é um tipo de software que tem seu próprio conjunto de sinais e só funcionará com eles. "

Alguém pode duvidar que o que está sendo falado é a criação de uma nova religião pagã, primitiva, cujo tipo homérico é o equivalente tecnológico de uma experiência de LSD?

"Depois que nosso filho mais novo viu 'Star Wars' pela décima segunda ou décima terceira vez, eu disse: 'por que assistir isso tantas vezes'", disse Moyers, ex-secretário de imprensa da Casa Branca e comentarista "respeitado", a seu guru, Campbell. "Ele

respondeu: 'Pela mesma razão que você tem lido o Antigo Testamento toda a sua vida'".

"Ele estava no mundo do mito", explicou Moyers.

Indo daqui para lá

Como o pessoal da RV lhe dirá, o caminho daqui para o mundo virtual passa pelo jogo Nintendo do seu filho e pelos seus próprios jogos de computador pessoal.

Estima-se que um em cada três lares nos Estados Unidos tenha algum tipo de unidade de videogame, como Nintendo ou Sega Genesis System. Além disso, aproximadamente 10 milhões de unidades portáteis Nintendo "Gameboy", que são pequenas o suficiente para serem transportadas para qualquer lugar, inclusive para a escola, foram vendidas antes desta última temporada de Natal.

Quase todos os shopping centers nos Estados Unidos e alguns dos shopping centers menores têm um fliperama com todos os jogos mais recentes, em uma escala muito maior do que a disponível em casa. Quase todos os bares, pizzarias ou restaurantes de fast food têm um ou mais desses jogos, assim como aeroportos e estações de trem, e até alguns refeitórios escolares.

Se as crianças estão assistindo menos televisão, relatou uma pesquisa recente, é apenas porque estão jogando 'mais' videogames e jogos de computador por períodos de tempo mais longos.

Foi a cultura da televisão que ajudou a viciar nossos filhos nesses jogos. As crianças que cresceram olhando por horas para as telas e se relacionando com as imagens da tela da televisão eram alvos fáceis para uma mania de jogos de massa que construiu essas imagens. Mas, ao contrário da televisão, os jogos, mesmo as versões mais primitivas e grosseiras, envolviam 'interação' com a tela. Essa interação aproximou as crianças e os jogadores adultos para entrar nos mundos virtuais do fabricante de equipamentos de VR Jaron Lanier e seu culto.

A mania dos videogames começou no início da década de 1980 com a introdução dos sistemas Atari e Nintendo. Pareceu atingir o pico em meados da década, mas desde então se recuperou fortemente com as vendas agora superando os níveis recordes anteriores. A recuperação é em grande parte atribuível à infusão de maior "realismo" nos programas do jogo e maiores níveis de complexidade. Os primeiros jogos tinham níveis de interação baseados principalmente em um olhar fixo e ações musculares repetidas, geralmente apenas do polegar e talvez de outros dedos, e, dessa forma, não eram muito diferentes do "pinball" e outras experiências de arcade⁴⁷.

Os novos jogos, pelo menos muitas das versões de maior sucesso, tentam forçar a 'mente' em um mundo de fantasia criado pelos programas de jogo. O nível de envolvimento é muito maior, e o efeito de lavagem cerebral mais completo. Melhorias na tecnologia de computador, vídeo e áudio permitiram a adição de som semelhante ao da MTV e intensidades de cores semelhantes à Disney. Estes fornecem "pistas" necessárias que ligam a experiência do jogo a outros elementos da cultura popular, incluindo personagens de televisão e filmes. Os jogos percorreram

⁴⁷ Áreas de lojas onde se colocavam máquinas de jogos acionadas por moedas – Tipo de jogo dessas áreas (NT)

um longo caminho desde o "Pac Man" até um ponto em que muitos agora envolvem interação com imagens digitalizadas realistas de atores humanos, geralmente de programas de televisão ou filmes populares.

Todos os programas de jogo, além do simples tipo Pac Man ou Space Invaders, que giram apenas em torno da habilidade olho-mão, envolvem intenso role-playing⁴⁸ como um modo de lavagem cerebral. O jogador se torna um herói, que recebe uma tarefa heroica para realizar dentro de um período de tempo. Ele compete contra personagens malignos simbólicos, controlados pelo programa de computador. Tudo se encaixa muito bem no conceito do sonho junguiano, os mitos pagãos dos quais Joseph Campbell fala.

É fácil ver como alguém, usando esses jogos como base, pode embaralhar imagens de papéis sociais. Por exemplo, e se as imagens do culto maligno de Ísis, o inimigo na perspectiva da crença cristã ocidental, fossem representadas no jogo como o Bem? E se o papel de seu filho for o de uma sacerdotisa ou sacerdote de Ísis e o "mal" que ele combate for algum personagem representando a razão?

Esses jogos já existem e estão sendo jogados por seus filhos, e talvez até você mesmo no computador. Há jogos em que figuras abertamente satânicas são representadas como o "herói", com a necessidade de invocar poderes místicos e mágicos da feitiçaria para derrotar ainda mais poderes do mal.

Essa tendência começou em grande estilo com o intenso role-playing do jogo Dungeons and Dragons há duas décadas por universitários. O jogo, que foi encenado, muitas vezes ao longo de

⁴⁸ Atuação – interação (NT)

semanas, com papéis determinados através de um livro de regras, levou a várias mortes. Os jogadores, imersos em fantasias satânicas, muitas vezes se tornavam psicóticos e começavam a representar seus "papéis" na vida real.

Esse jogo foi traduzido no primeiro RPG⁴⁹ de computador em 1974. O jogo passou por uma reformulação tecnológica com gráficos realistas, mas sua premissa satânica de RPG ainda é a mesma. Há pelo menos "10 milhões" de jogadores de RPG em todo o mundo, com, em qualquer dia nos Estados Unidos, mais de 5 milhões de pessoas entrando em seu mundo "virtual" de lavagem cerebral.

"Apesar da economia, os negócios estão fortes", diz um executivo da TSR, empresa que comercializa Dungeons and Dragons. "As pessoas preferem ficar sem outras coisas antes de desistir de seu hobby."

Existem agora centenas de jogos como Dungeons and Dragons jogados no computador. "Entre em um mundo maravilhoso de magia e fantasia", diz um anúncio para o jogo de computador em CD-ROM chamado "Loom". "Você viajará de volta aos dias das Grandes Guildas, quando a Guilda dos Tecedores conhecia o segredo de tecer magia do próprio tecido da realidade. Mas um estranho poder varreu os Tecedores para o esquecimento. E como o único sobrevivente Weaver, você precisa desvendar o mistério de seu desaparecimento e salvar sua guilda e o universo de uma catástrofe indescritível."

"Uma aventura de fantasia totalmente animada, Loom é um extraordinário jogo de RPG que coloca o poder da magia em suas

⁴⁹ Role playing game – jogo em que cada jogador tem um papel e personagem definidos (NT)

mãos." "Você fará uso de feitiços musicais (chamados rascunhos) para aprender o segredo do Tear e impedir que o Ultimate Chaos e seu exército de mortos-vivos conquistem o mundo." "Você não apenas joga Loom, você o vive. Sua aventura ganha vida através de 256 cores meticulosamente detalhadas, gráficos 3-D e diálogo de voz completo."

É verdade que nem todos os jogos são tão explícitos e nem todas as pessoas têm acesso a essa tecnologia. Mas, a maioria das pessoas já tem acesso a jogos tais como os jogos para PC e os novos jogos de arcade disponíveis, apesar de não serem tão sofisticados. Independentemente disso, todos envolvem a lavagem cerebral de role-playing. O ponto a reconhecer aqui é que não é apenas a Nintendo e seus filhos, mas todos vocês, nerds e fanáticos por computador, também são viciados nisso. Jogos de computador pornográficos, que retratam encontros sexuais digitalizados, são os jogos de computador mais vendidos, vendendo ainda mais do que jogos que simulam eventos esportivos ou aventuras de "piloto de teste".

Estima-se que mais de 40 milhões de adultos americanos joguem computador ou videogame diariamente, muitas vezes, no caso dos jogos de computador, em seu local de trabalho. É uma maravilha que as pessoas tenham mais tempo para assistir além das seis a oito horas de televisão!

Estudos mostraram que jogar videogames repetidos e algumas operações de jogos de computador podem produzir uma forma de epilepsia, muitas vezes acompanhada de convulsões violentas e exigindo sedação e tratamento psiquiátrico. Apesar desta e de outras evidências dos danos causados por esses jogos, uma parte da comunidade psiquiátrica foi chamada para defendê-los. Artigos recentes de revistas populares afirmam que os videogames

ajudam a ensinar às crianças habilidades "valiosas" de controle motor e "raciocínio".

À medida que progredem através dos níveis de dificuldade em jogos simples e começam a jogar videogames e jogos de computador mais complicados, afirmam esses charlatões, os jogadores estão sendo "desafiados" a reagir rapidamente a novas situações" e a "tomar ações com consequências". Os pais não devem temer o jogo de videogame de seus filhos, disse um artigo recente de uma revista popular, mas, em vez disso, eles devem se juntar a eles em seu jogo, tornando-o uma "experiência familiar como o melhor que a televisão tem a oferecer".

Aristóteles em um Chip

"O desafio para um designer de jogos é o mesmo que para um diretor de um filme ou o autor de um livro ou peça", diz David Feldman, cuja empresa projeta jogos de computador e está projetando jogos para os novos e avançados sistemas da Nintendo. "Você tem que fazer com que o público abandone sua descrença."

Videogames, vídeo interativo e jogos de computador são experiências programáveis, assim como a realidade virtual. O computador, diz o autor Howard Rheingold, 'não pode', como algumas pessoas alegaram e continuam alegando, replicar os processos de pensamento inteligentes humanos. Criar uma inteligência artificial, objeto de bilhões de dólares de pesquisa, não é o que buscam as pessoas envolvidas com VR ou a maioria dos designers de jogos de computador. Eles não estão procurando criar inteligência artificial - eles querem alterar o pensamento dos seres humanos, da mesma forma que o LSD altera e 'degrada' seu pensamento.

Os computadores podem pensar? pergunta Brenda Laurel, outra teórica de VR e autora do livro "Computers as Theatre". A resposta adequada a essa pergunta, diz ela, é "*quem se importa com isso?*" Se os computadores podem ser usados para alterar a consciência, então por que devemos nos importar se eles "pensam", diz Laurel, que trabalhou com um teórico, Marvin Minsky, no MIT.

Laurel faz a observação de que o design de sofisticados jogos de computador e mundos virtuais é possível porque os computadores funcionam de acordo com os princípios 'aristotélicos' da lógica. O algoritmo mais complicado nunca chega nem perto de simular a inteligência humana, diz ela, mas pode produzir um mundo de acordo com conjuntos de regras.

Computadores podem "criar" como Aristóteles faz, Laurel escreve, nomeando o que está lá e descrevendo o que ele faz. Ação e interação são programadas de acordo com princípios simples, regras lineares, que não mudam. Assim, os objetos podem ser colocados em um mundo de computador e movidos; eles podem até ser transformados 'dentro' desses mundos. Mas um computador nunca pode transformar esses mundos que eles criam em outra coisa.

Laurel entende corretamente que os mundos virtuais criados são meros objetos de percepções; não são pensamentos complexos, não são algo além do sensual. Como uma verdadeira aristotélica, ela afirma que isso é tudo que existe no mundo. O que mais é a não ser a qualidade gnóstica ou mística de "espírito" ou "alma" que governa o mundo sensual? Somente através de um processo irracional se acessa o espírito, afirma ela, uma vez que está "nas profundezas da alma", não na mente.

Laurel diz que o propósito de criar mundos virtuais é produzir o tipo de drama explicitamente definido pelas regras da "Poética" de Aristóteles. Laurel argumenta que a experiência virtual e a experiência avançada de videogame criam um mimetismo, uma combinação de sofrimento por alguém e suspensão da crença. Se o iniciado que entra em um mundo virtual pode realizar isso com sucesso, então, afirma Aristóteles, um estado emocional e espiritual de "catarse" será produzido que liberará sentimentos internos profundos. Voltando a Freud, Jung e Campbell, Laurel diz

que essa "purificação dos sentidos e da alma" levará a uma transformação da consciência do indivíduo.

"Não basta imitar a vida", escreve Laurel. "Mundos dramaticamente construídos são experimentos controlados, onde o irrelevante é podado e a essência da escolha e situação humanas é revelada por meio de ação significativa. As predisposições de tais mundos estão incorporadas nos atributos e seus personagens e no conjunto de situações e forças embutidas em seus contextos. Se pudermos tornar esses mundos interativos, onde as escolhas e ações de um usuário possam fluir através das lentes dramáticas, permitiremos um exercício de imaginação, intelecto e espírito que é inteiramente de uma nova ordem."

A razão criativa é inerentemente anti-aristotélica. A tentativa de forçar a razão em uma camisa de força aristotélica, conforme descrito por Laurel, é um assassinato deliberado da mente. O que ela está descrevendo é uma forma de lavagem cerebral por programa de computador - fazendo assim uma pessoa pensar como um computador.

Os computadores não podem representar a transformação de personagens de um drama schilleriano ou shakespeariano. Os "dramas" de Laurel são o role-playing de Dungeons and Dragons, onde imagens de conceitos junguianos colidem umas com as outras, de acordo com rituais de culto primitivos. É um mundo de deuses e deusas, mas sem Deus. Ela se refere repetidamente ao poder dos rituais de Ísis, às peças dos rituais de Shiva e a um estado "elevado" de consciência induzido por drogas alucinógenas. Devemos aprender com o passado, diz ela, para sermos mais capazes de "programar" para o futuro.

Enquanto isso, as pessoas estão gradualmente se acostumando com os novos implementos de um sistema de VR. A Mattel já

apresentou sua versão do DataGlove, chamada PowerGlove, como parte de um novo sistema de jogo. A Sony está se preparando para apresentar o primeiro monitor de vídeo pessoal montado na cabeça comercializado em massa, o chamado Visitron. Quando os sistemas de RV estiverem prontos para o mercado de massa, as pessoas estarão usando seus HMDs e luvas.

Não demorará muito para que o público esteja pronto para a realidade virtual, ou como Rheingold a chama, "Aristóteles em um chip".

Lavagem cerebral educacional

A Fujitsu, como parte de seu programa de pesquisa, está gastando várias centenas de milhões de dólares para produzir sistemas VR "educacionais". Eles estão procedendo do conceito radical da teoria da informação de que todo aprendizado ocorre por meio da 'experiência', traduzida em simples interação entre humanos e objetos. Um sistema de RV, programado para simular 'qualquer' experiência, representa, portanto, a ferramenta de ensino definitiva, nas mentes desses seguidores de "pensadores" como Norbert Weiner e Jean Piaget, em cujas observações de experiências de aprendizagem infantil os novos programas de RV estão sendo modelados diretamente.

De acordo com Howard Rheingold, todas as culturas, tanto "primitivas" quanto "civilizadas", aprendem e criam teorias científicas "lidando um pouco com objetos naturais em várias combinações". O objetivo, afirma ele, é criar '*bricoleur*', usando um termo do antropólogo Claude Lévi-Strauss, para significar um técnico "intuitivo" que brinca com conceitos e objetos.

O termo foi escolhido no trabalho de Seymour Papert, um lavador de cérebros e teórico da "inteligência artificial", cujo Media Lab do MIT recebeu uma doação de US\$ 3 milhões da Nintendo para estudar maneiras de trazer a tecnologia de videogame para a sala de aula como um "dispositivo de aprendizado". Seus esforços são em parte responsáveis por parte da publicidade recente sobre os efeitos "positivos" do vício infantil em videogames destruidores da mente.

Papert, que passou cinco anos na Suíça estudando psicologia infantil com Jean Piaget, desenvolve o conceito de 'bricoleur' em uma metodologia para educar por meio de simulação computacional. Ele escreve no livro "Mindstorms":

"O processo lembra um remendo - o aprendizado consiste em construir um conjunto de materiais e ferramentas que se pode manusear e manipular. Talvez o mais importante de tudo, é um processo de trabalhar com o que você tem... sugiro que trabalhar com o que você tem é uma abreviação para processos de aprendizagem mais profundos, até mesmo inconscientes... Aqui estou sugerindo que, no sentido mais fundamental, nós, como aprendizes, somos todos 'bricoleurs'."

"Digamos que você queira ensinar os alunos sobre dinossauros", diz Jaron Lanier, invocando um aplicativo de RV dentro dessa teoria. "Na realidade virtual, você pode levá-los para um lugar onde há dinossauros. Como a criança tem o poder de mudar a própria realidade, para eles é uma espécie de mundo super-real de uma forma que o mundo físico não pode ser. A criança não pode apenas sentar no chão e assistir o dinossauro passar, para ver qual é o tamanho de um T-Rex, mas pode realmente se tornar um T-Rex e se movimentar experimentando o corpo de um T-Rex, olhando para baixo de cima dele."

Papert propõe fazer uma interface rudimentar de "criança", que colocará as crianças em simulações computacionais que podem ser aplicadas a todos os níveis de ensino:

"De forma mais simples, minha conjectura é que o computador pode concretizar (e personalizar) o formal. Visto sob essa luz, não é apenas mais uma ferramenta educacional poderosa. Ele é único por nos fornecer os meios para abordar o que Piaget e muitos outros veem como o obstáculo superado pela passagem da criança ao pensamento adulto. Acredito que isso possa nos permitir deslocar a fronteira que separa o concreto e o formal. O conhecimento que só era acessível por meio de processos formais pode agora ser abordado concretamente. E a verdadeira magia vem do fato de que esse conhecimento inclui os elementos necessários para ser um pensador formal."

O potencial educacional da RV, disse Fred Brooks, que também está trabalhando em sistemas educacionais de RV, poderia fornecer uma "caixa de areia mágica" e "acesso a todos os objetos deste mundo e de outros mundos".

Lyndon LaRouche passou os últimos 40 anos atacando esses conceitos de educação e a teoria da informação que está por trás deles. Em contraste com a aprendizagem experiencial de Thomas Dewey proposta pelo culto da RV e pessoas como Papert, LaRouche, em seu recente artigo, "Sobre o assunto da metáfora", argumenta que a chave para o processo educacional é replicar na mente do aluno os processos de pensamento pela qual foram feitas grandes descobertas no progresso do conhecimento humano. O objetivo da educação não é ensinar fatos particulares sobre os objetos, nem fazer com que sejam nomeados de maneira

aristotélica, nem provocar a recitação de séries de fatos ou teorias, mas conhecer verdadeiramente as grandes mentes e como elas funcionavam, reproduzindo os experimentos cruciais que levaram a suas contribuições fundamentais.

As soluções não dedutivas para esses problemas não podem ser representadas por nenhum meio explicitamente linear, como os meios de comunicação, afirma LaRouche. As soluções para os experimentos cruciais não são elas próprias o objeto da educação - É na replicação na mente do aluno de "processos de pensamento" não dedutivos e não lineares do pensador original que a educação real ocorre. Dessa forma, afirma LaRouche, ao contrário de todos os que falam em aprender fatos e teorias, a mente do aluno torna-se repleta, não com meras imagens de figuras históricas outrora vivas, como se fossem personagens de uma história, mas 'conhece' cada um como "uma pessoa viva e pensante" que está viva dentro dos próprios processos mentais do aluno.

"Nossos processos mentais criativos não abordam diretamente objetos sensoriais per se", escreve LaRouche. "O pensamento humano conhece apenas a mudança; nós conhecemos apenas uma correspondência pensável entre uma mudança em nosso comportamento e uma mudança correlacionada no comportamento manifesto da Natureza. É a correspondência dos dois tipos de mudança que constitui a totalidade da ciência física. Essa correspondência é o que é inteligível para nós; devemos descobrir tudo o mais respeitando a Natureza, desde esta aproximação à primazia elementar da mudança, ao espaço-tempo universal de nada além de mudança".

Para comunicar isso, é preciso uma linguagem alfabetizada, não o jargão dos desconstrucionistas, simbolistas ou pós-simbolistas. Sem linguagem escrita, não pode haver pensamento. Lanier e

Laurel falam de uma nova linguagem de imagens hiper-reais, onde gestos e olhares substituem palavras, onde palavras não são permitidas nem desejadas. Isso não é progresso, mas um retorno ao primitivismo, a uma forma tecnológica de pintura rupestre.

Não é tão longe daqui, de onde estamos, para onde esses lavadores de cérebro querem nos levar. Pense no último filme de ficção científica ou de terror e suas imagens. Ou pense nos desenhos da Disney, com suas imagens intensas ou um videoclipe da MTV. Todos esses são exemplos de comunicação não-verbal. Eles estão nos tornando cada vez mais bestiais, a cada dia.

"Eu odeio a linguagem das palavras", diz Lanier. "Ela é falha. Ela deixa de fora a experiência."

No universo aristotélico, há um passado, um presente e um futuro, ligados por uma linha do tempo linear. O passado está essencialmente morto, para ser estudado como um objeto morto neste universo. O futuro é uma projeção, um não-real, ou, nos termos de nossa discussão, um mundo 'virtual', conhecível por extrapolação da experiência passada e presente.

O que fica de fora e o que o torna falso é o conceito de mudança, como LaRouche explica, e é essa mudança que dá sentido à nossa existência mortal no planeta. Por nossa ação moral individual, participamos do processo de mudança universal. Agindo no presente, alteramos a relação de todas as gerações humanas anteriores com esse presente e com o futuro, alterando assim o passado. Assim, cada indivíduo é moralmente responsável, não apenas pelo presente e possivelmente pelo futuro, mas também pelo passado.

A realidade virtual e o "aprendizado" baseado nela ou em tecnologias de computador semelhantes reduzem tudo a uma

"contemporaneidade", como Lanier chama, ecoando Marshall McLuhan. Ao fazê-lo, matamos o passado, destruimos o futuro e tornamos o presente moralmente impotente. No entanto, é exatamente isso que aqueles que abusam dessa nova tecnologia fariam, transformando algo potencialmente útil em uma ferramenta de lavagem cerebral em nome da "teoria da informação".

O bom e o mau

Aqueles que estão preparados para comercializar em massa seus "geradores de fantasias pessoais" colocaram o paradoxo da "realidade virtual" em circulação para evocar as imagens apropriadas de um futuro "mágico" ou "ficção científica". Eliminando a bagagem psicológica e o hype⁵⁰ da mídia, o núcleo da tecnologia de vídeo por computador envolvido nos sistemas de RV pode ser de enorme benefício para a humanidade.

Parte desse benefício já aconteceu. Por exemplo, usando gráficos 3-D interativos, um componente de qualquer sistema de RV, já é possível projetar maquinário complexo, circuitos eletrônicos e similares, e fazê-lo de forma mais barata e precisa do que antes.

Acrescente a essa capacidade de design 3D, a possibilidade de interação humana para manipular imagens geradas por computador e você cria possibilidades adicionais. Em um aplicativo, já disponível, um arquiteto pode projetar um espaço e, em seguida, através do uso de um HMD e DataGlove, pode percorrer esse espaço para ver como ele realmente ficaria em uma projeção tridimensional. Ele então tem a opção de redefinir o espaço, no local, por assim dizer, alterando-o para atender a

⁵⁰ Publicidade exagerada e muitas vezes enganadora (NT)

determinadas especificações. Feito isso, ele pode levar seus clientes em um passeio pelo "seu" espaço, antes que qualquer coisa seja construída, fazendo modificações adicionais.

A aplicação da tecnologia à medicina tem o potencial de salvar milhões de vidas. Cirurgiões podem ser treinados para realizar operações em imagens geradas por computador, usando DataGloves e HMDs, complementando seu treinamento em cadáveres humanos. Enquanto isso, as técnicas de imagem tridimensional estão tornando possível o diagnóstico de doenças sem cirurgia exploratória muitas vezes perigosa e sempre dolorosa. Já é possível usar a tecnologia para "ver" o lado oculto dos tumores, e em breve será possível para os médicos descobrir a melhor forma de direcionar vários tratamentos de radiação para matar apenas as células cancerígenas desejadas.

A tecnologia também adiciona novos recursos ao campo da robótica – máquinas controladas por computador. Pesquisas militares e outras já têm humanos usando HMDs e DataGloves controlando veículos e instrumentação "robôs" a dezenas de quilômetros de distância, através do que é conhecido na "linguagem" de VR como "telepresença". Isso um dia permitirá que alguém na Terra ajude na construção de estações espaciais na órbita da Terra ou mesmo em outro planeta.

Todas essas coisas e muito mais são possíveis à medida que a tecnologia de computador e vídeo melhora. Esse avanço parece ser simplesmente uma questão de implantação de recursos suficientes.

O problema é que a maior parte da pesquisa no que deveria ser apropriadamente chamado de simulação computacional tridimensional interativa é dirigida aos elementos mais obscenos da "realidade virtual" e, normalmente, esta última recebe a maior

parte do financiamento. O impulso para criar "máquinas de fantasia pessoal" é o que domina cada vez mais a pesquisa na totalidade do campo. Mais importante, a política junguiana radical e o ethos da contracultura impregnam a maior parte, se não toda, deste trabalho.

As duas empresas-chave na corrida da "fantasia", a partir do final de 1992, são as gigantes japonesas da eletrônica Fujitsu e Sony, enquanto os interesses de Hollywood da Disney e da Time-Warner estão pressionando fortemente pela criação de um "império de entretenimento de realidade virtual".

Haverá dois elementos para esta operação, à medida que a tecnologia melhora. É mais provável que vejamos a criação de enormes "parques temáticos" de VR, nos moldes da Disneyworld, simplesmente porque as máquinas de fantasia pessoais e com preços moderados parecem estar a alguns anos de distância.

A Fujitsu, que tem um projeto de pesquisa multibilionário, está trabalhando em sistemas de RV, incluindo aqueles para serem usados em escolas. A Sony, como informamos, irá comercializar o primeiro sistema de vídeo pessoal, o Visitron. Ambos visam a máquina de fantasia pessoal. Para a Sony, que controla a Columbia Pictures and Records, é o próximo passo lógico no marketing progressivo de hardware de lavagem cerebral em massa que começou com o Walkman, passou para o Discman e agora, o vídeo portátil.

Como afirma Rheingold em seu livro, ambos os elementos desse impulso de marketing – o software e o hardware – se alimentam mutuamente, criando um interesse popular e fascínio pelo novo produto.

A mídia também está ajudando a alimentar a curiosidade do público, com artigos aparecendo nos últimos dois anos em quase todos os principais jornais e revistas populares, e mais a caminho. Cada artigo visualiza coisas ainda inatingíveis que são atrações para nossa cultura popular pornográfica, mas que estarão disponíveis em um futuro não tão distante.

Por exemplo, já existe uma ampla discussão sobre "sexo virtual" ou, como Rheingold chama, "teledildônica"⁵¹. Pesquisas estão em andamento, dizem-nos, que tornarão possível ter sexo orgástico com parceiros virtuais ou projeções virtuais de parceiros reais. *"É a solução para os problemas da libido em um mundo enlouquecido pelo medo da AIDS"*, diz um dos artigos.

Para a geração MTV, há a perspectiva, em um futuro não tão distante, de interação direta com as imagens dos videocliques e até novos tipos de sensação audiovisual. Lanier desenvolve um sonho psicodélico de usar VR para criar cidades através da reprodução de música.

A pessoa que inventou o DataGlove para Lanier o fez com a ideia de que poderia ser usado para tocar uma "air guitar" - uma Fender Stratocaster elétrica no ar. Juntamente com Lanier, um dos primeiros projetos de RV que eles concluíram foi um simulador de Jimi Hendrix!

Enquanto isso, alguns dos figurões do negócio do rock mergulharam de cabeça na nova mídia. Peter Gabriel, Brian Eno e Laurie Anderson, para citar alguns, estão profundamente envolvidos. Há planos tanto para performances ao vivo usando mundos virtuais criados em grandes telas de televisão quanto para

⁵¹ Refere-se a "dildo" que significa, grosso modo, pênis de borracha ou outro material, hoje muito comum e acessível em pornoshops. (NT)

vídeos produzidos da mesma maneira. A MTV divulgou a nova tecnologia.

Jerry Garcia, do Grateful Dead de Timothy Leary, é vendido em VR e irá promovê-lo para as legiões de "deadheads"⁵² como algo mais poderoso que as drogas. Outras estrelas do rock serão trazidas à medida que o discurso de vendas se intensificar, incluindo Michael Jackson, que já produziu uma experiência de vídeo em 3-D que é exibida na Disneyworld. Lanier e os outros dizem que dentro de dez a 15 anos, a RV será o meio preferido de interação entre a cultura do rock e seus discípulos.

De volta para o Futuro...

O poder que a RV possui como ferramenta de lavagem cerebral é sua capacidade de quebrar a consciência social do indivíduo. A verdadeira mitologia, a Grande Mentira, é que tal experiência, mesmo que repetida, não terá efeito sobre o indivíduo no mundo real. A RV, assim como a televisão, desliga os processos cognitivos que possibilitam conhecimento do mundo real, substituindo-o pelo mundo infantil do sonho junguiano. A personalidade do indivíduo é remodelada pela fantasia, a tal ponto que não só ele não consegue mais entender sua relação com o mundo real, como também não se importa mais.

Tudo isso está sendo estudado agora pelos lavadores de cérebros de Tavistock e instituições relacionadas. Um desses lavadores de cérebros, Nathaniel Durlach, que trabalha no MIT, prevê que os sistemas de RV se tornarão os "*sistemas ideais para a psicologia experimental. Toda universidade que tiver um departamento de psicologia experimental terá um sistema de mundo virtual*". Ele indica que fornecerá a maneira de monitorar a resposta humana à

⁵² Cabeça oca, Idiota, tolo, estúpido (NT)

'fantasia', permitindo assim o ajuste fino da experiência de lavagem cerebral de maneiras nunca antes imaginadas.

A RV comercializada em massa cria um mundo em que nada é real, porque nada pode ser entendido como verdadeiro. Ao eliminar os conceitos da verdade universal, não há verdade. E sem a verdade e a busca da verdade, não pode haver civilização.

Nos termos dos lavadores de cérebro de Tavistock, a RV é o meio mais poderoso até agora para degradar o campo social, para rasgar o tecido da civilização ocidental judaico-cristã, mergulhando o homem mais profundamente em uma Nova Idade das Trevas. É o acerto tecnológico que permitirá ao Homem conviver com a barbárie da ordem social em colapso e decadente.

É para aqui que 40 anos de lavagem cerebral na televisão e na mídia de massa nos trouxeram.

Conclusão

Isso conclui nossa série na televisão. Se fosse usada adequadamente, como meio de potencializar o diálogo racional entre os indivíduos em sua busca pela verdade, a televisão seria uma tecnologia de enorme utilidade. Que sua promessa tenha sido pervertida e convertida para um uso maléfico pela oligarquia e sua máfia do entretenimento, não deve alterar nossa avaliação da própria tecnologia.

Nossa luta contínua deve ser para expressar o que é humano em cada um de nós, pela criação de novas tecnologias, e usá-las para agir pelo Bem, como nossa razão moralmente aprendida define o Bem. Devemos recuperar tecnologias como a televisão dos ímpios

que as usam para destruir a civilização. É a esse objetivo, que esta série foi dedicada.

Minha esperança é que, independentemente da opinião das pessoas sobre LaRouche, e algumas das afirmações controversas e não ortodoxas contidas nesta série, as pessoas aqui achem uma crítica interessante e instigante à TV e à lavagem cerebral em massa da cultura do entretenimento.



1997

Para quem as pesquisas trabalham

por L. Wolfe

The American Almanac, 5 de maio de 1997.

Nas convenções políticas nacionais de 1996, a televisão ABC revelou o que chamou de a mais recente "descoberta" nas pesquisas – a "*Insta-poll*" ("pesquisa Instantânea"). Um pequeno "grupo focalizado" de indivíduos selecionados, supostamente um grupo demográfico estatisticamente válido de representação da população americana, sentado em uma sala assistindo a transmissões ao vivo dos discursos de campanha de Dole e Clinton.

Em suas mãos, seguravam um dispositivo semelhante a um reostato com o qual registravam seu prazer ou desprazer com as declarações feitas pelo candidato enquanto falava. Essas respostas foram alimentadas em um computador, que então converteu as respostas agregadas em representações gráficas, flutuando na tela à medida que as opiniões mudavam instantaneamente.⁵³ Os comentaristas da ABC proclamaram que essa "nova" tecnologia

⁵³ Enquanto os comentaristas esperavam claramente por alguns resultados dramáticos, os dados gráficos mostraram quase nenhuma "conexão" entre o grupo focalizado, dividido entre "democratas", "republicanos" e "independentes", e os discursos de campanha: Os gráficos eram em sua maioria linhas horizontais, semelhantes às leituras "flatliner" dos sinais vitais de pacientes mortos.

lhes permitia separar trechos do discurso, analisando quais partes dele seriam "played in Peoria"⁵⁴.

Deixando de lado as representações gráficas, a tecnologia não era nova. Cerca de 60 anos atrás, um dispositivo semelhante havia sido desenvolvido como parte de um projeto financiado pela Fundação Rockefeller, usando as redes norte-americanas de lavadores de cérebro freudianos do Instituto de Pesquisa Social da Escola de Frankfurt⁵⁵ e outros agentes aliados ao Instituto Tavistock de Londres, para estudar o impacto do rádio na sociedade e seu potencial de lavagem cerebral em massa.

Dirigindo o chamado *Radio Research Project*, sediado na Universidade de Princeton, estava um dos pais da pesquisa de opinião pública, Paul Lazarsfeld, junto com três outros que se tornariam proeminentes nessa "arte negra": Gordon Allport de Harvard, vinculado a Tavistock; Hadley Cantril, que estabeleceu uma das principais operações de levantamento de perfil de pesquisa em Princeton; e Frank Stanton, então diretor de pesquisa da rede de rádio CBS, que mais tarde viria a chefiar a Divisão de Notícias da CBS, e ainda mais tarde a chefiar a rede CBS e a RAND Corporation.

A maior realização do Radio Research Project foi o Stanton-Lazarsfeld Program Analyzer, o chamado "Little Annie" - um dispositivo semelhante a um reostato com o qual o público de teste poderia registrar a intensidade de sua aprovação ou desaprovação nos programas de rádio, ou comerciais, de

⁵⁴ é uma figura de linguagem americana que é tradicionalmente usada para perguntar se um determinado produto, pessoa, tema promocional ou evento será sucesso na mídia (NT)

⁵⁵ Ver Michael Minnicino, "The New Dark Age: The Frankfurt School and 'Political Correctness,'" *Fidelio*, Winter 1992.

momento a momento; os lavadores de cérebro foram capazes de determinar quais personagens ou situações particulares produziram os estados de sentimento desejados e momentâneos no público-alvo⁵⁶.

No princípio...

Todas as pesquisas de opinião pública têm suas origens na "sociometria", ou sociologia estatística, desenvolvida no início deste século por agentes ligados à Escola de Frankfurt, incluindo Max Weber⁵⁷. Baseia-se, como no Insta-Poll da ABC, ou no "Little Annie" do Radio Research Project, na medição de estados de sentimento momentâneos, ou opiniões, sobre determinados assuntos. Isso fornece um perfil detalhado dos preconceitos e suposições de uma população-alvo; como tal, as pesquisas podem ser úteis para campanhas de lavagem cerebral em massa para mudar as opiniões para aquelas desejadas por aqueles que as dirigem. Os meios de comunicação de massa, como se desenvolveram ao longo deste século, da imprensa ao rádio e à televisão, tornaram-se os principais veículos para a promoção de tais mudanças.

⁵⁶ Até hoje, a CBS mantém recursos de "analisador de programas" em Nova York e Hollywood; outras redes e estúdios de produção usam dispositivos semelhantes. Diz-se que eles correlacionam 85% com as classificações de votação da A.C. Nielsen para audiência de televisão

⁵⁷ Enquanto o conceito de opinião pública foi discutido durante o século passado, a ideia de medi-la estatisticamente com pesquisas é nova no século XX. A primeira pesquisa de opinião pública interpretativa foi realizada em 1912, com o conselho de Max Weber, para determinar para um líder sindical alemão o que seus membros pensavam sobre determinados assuntos, para que ele pudesse tomar a posição de que a maioria seria a favor.

O pensamento criativo desafia a medição em termos quantificáveis. É impossível chegar a uma correlação estatística, baseada em pesquisas, que possa determinar se uma ideia criativa é melhor ou mais válida que outra, se pode ser aceita pela sociedade como útil, importante ou verdadeira. Como "provaram" aqueles envolvidos com o Radio Research Project, e pesquisadores americanos como George Gallup e Lou Harris, ou Elmo Roper, as opiniões podem ser facilmente contadas; norte-americanos desviados, sempre preocupados com o que seus vizinhos pensam, como determinante do que devem pensar sobre certos assuntos, mostraram-se prontamente suscetíveis à manipulação pelos resultados da pesquisa, aceitando os números da pesquisa como verdadeiros e sendo guiados em suas próprias ações pela "opinião majoritária" percebida.

As pesquisas do tipo com que a maioria dos americanos estão familiarizados começaram na década de 1930, tornando-se matéria de destaque no rádio e nos jornais. Naquela época, a maioria das pesquisas era conduzida por agências nacionais de pesquisa, como Gallup, Roper ou Harris, com contratação especializada feita por meio da operação de Cantril em Princeton e, mais tarde, de Allport em Harvard.

No final da década de 1940 e início da década de 1950, os principais setores de Tavistock nos EUA estavam realizando operações de pesquisas especializadas, sob contrato de agências governamentais e do setor privado. Na década de 1960, as redes de televisão e rádio ligaram-se a grandes jornais, como o Washington Post e o New York Times, para dirigir suas próprias operações de pesquisas; elas agora fazem parte dos noticiários

noturnos da televisão em todas as redes, incluindo os canais de notícias a cabo, como a CNN.⁵⁸

Política de mudança

Sempre houve um lado mais secreto e encoberto nessas operações de pesquisas. Os resultados do Projeto de Pesquisa de Rádio demonstraram a eficácia das pesquisas de opinião pública para traçar o perfil das populações, para determinar suas fraquezas subjetivas, para fins de manipulação.

Isso foi colocado em prática durante a Segunda Guerra Mundial, quando os lavadores de cérebros ligados a Tavistock realizaram extensas pesquisas do inimigo e das populações aliadas, operando na Diretoria de Guerra Psicológica do Exército e no Comitê de Moral Nacional, para determinar a eficácia da propaganda de lavagem cerebral⁵⁹.

As descobertas tornaram-se a base de perfis detalhados da população de países e regiões que foram usados pela oligarquia britânica e seus lacaios americanos para moldar a política pós-Segunda Guerra Mundial⁶⁰.

⁵⁸ Foi Frank Stanton quem introduziu as pesquisas como um componente do "Evening News" durante seu reinado na CBS.

⁵⁹ Uma das principais operações de criação de perfil girava em torno do estudo das vendas de títulos de guerra e da eficácia das várias campanhas promocionais. Entre suas descobertas, estava que a população americana tinha pouca crença em qualquer coisa que as figuras políticas diziam, com exceção do presidente Franklin Roosevelt; no entanto, eles tendiam a ver com bons olhos as mesmas declarações feitas por estrelas de cinema e figuras semelhantes da cultura popular.

⁶⁰ Alguns dos resultados da pesquisa foram publicados em periódicos, como o *Public Opinion Quarterly*, editado pela Cantril, e direcionado aos pesquisadores e seus controladores. Esses e outros dados confidenciais

Imediatamente após a Segunda Guerra Mundial, o perfil mais extenso da população americana até hoje ocorreu sob os auspícios de um projeto executado em conjunto pelas redes Tavistock-Frankfurt School, ostensivamente para estudar o "preconceito" nos Estados Unidos.

O estudo, cujo volume mais notório foi intitulado *The Authoritarian Personality*, foi usado para promover a crença ainda amplamente difundida de que o fascismo deriva de certos "tipos de personalidade", e suas medidas e descrição impostoras desse tipo de personalidade já foram usadas para alvejar qualquer inimigo dos interesses políticos britânicos⁶¹. O banco de dados reunido a partir de dezenas de milhares de entrevistas, forneceu uma

revelaram que os americanos, embora ainda temendo o "comunismo", ansiavam por trabalhar com a Rússia como um aliado contínuo no "grande projeto" proposto pelo presidente Roosevelt para a paz e a prosperidade no pós-guerra. Havia também uma grande desconfiança das potências coloniais, principalmente o Império Britânico, e apoio a uma política de emancipação para todos os povos coloniais, e uma melhoria econômica concomitante – desde que a prosperidade americana pudesse ser assegurada; o medo predominante de uma nova depressão também foi notado. Após a morte de Roosevelt, os esforços inspirados pelos britânicos dividiram a aliança potencial entre os russos e os Estados Unidos, e uma nova onda de histeria anticomunista foi intensificada, levando ao macarthismo. Simultaneamente, o país mergulhou em uma nova depressão, e seu perfil de resposta fez com que os americanos se refugassem em suas próprias vidas temerosas, desistindo, naquele momento crucial, das esperanças de um mundo melhor, livre do colonialismo, que havia sido inspirado por Roosevelt e a vitória sobre o fascismo.

⁶¹ A Liga Antidifamação de B'nai B'rith e a mídia dos EUA controlada e influenciada pelos britânicos usaram esse método contra Lyndon LaRouche

compilação de tendências e medos manipuláveis dos americanos, que foi usado nas décadas seguintes.⁶²

Outra grande operação de levantamento de perfil foi realizada pelas redes Tavistock na década de 1960, sob uma concessão da NASA, ostensivamente para examinar o impacto do programa espacial na população. As descobertas do Relatório semi-secreto Rapoport, do qual apenas um volume foi publicado, descobriram que o programa espacial havia produzido um surto "perigoso" de otimismo cultural e crença na capacidade do pensamento científico criativo para resolver problemas; isso era perigoso para a política britânica de pós-industrialismo, então começando a ser implementada⁶³. Os relatórios, que chegaram aos mais altos círculos políticos do Império Britânico, levaram à decisão de encerrar o programa espacial dos EUA o mais rápido possível, mesmo quando estava alcançando seu maior sucesso com o pouso lunar tripulado em 1969.

Para construir o apoio público a esse desligamento do programa espacial, a partir desse mesmo período, foi lançado um esforço por meio de pesquisas de opinião pública, por agências como Gallup e Harris, e promovido na mídia, incluindo a televisão, para "mostrar" que os americanos se opunham aos gastos contínuos com voos espaciais tripulados; os resultados fraudulentos dessas

⁶² Curiosamente, o perfil da população alemã dirigido pela Escola de Frankfurt na década de 1930 descobriu que o antissemitismo não era uma característica do caráter alemão, que a Alemanha não era antissemita como nação, nem era o anti-semitismo a característica mais importante do nazismo. Essas descobertas provaram ser um grande embaraço, que teve que ser encoberto, para que a farsa da "personalidade autoritária" se desenrolasse.

⁶³ Uma parte do chamado Relatório Rapoport foi publicada sob o título Mudança Social: Impacto Espacial sobre Comunidades e Grupos Sociais (veja também EIR, 12 de janeiro de 1996, "As Raízes Tavistock da "Conspiração Aquariana").

pesquisas ajudaram a moldar as campanhas eleitorais de 1970-72, nas quais esse retrocesso foi debatido.⁶⁴

Grande negócio

Hoje, as pesquisas de opinião pública são uma indústria multibilionária, envolvendo dezenas de milhares de agentes e centenas de milhares de pesquisas anualmente. Além da exibição diária dos resultados das pesquisas na mídia impressa e eletrônica, líderes corporativos e de outros negócios usam pesquisas para orientar suas decisões sobre tudo, desde quando anunciar demissões da melhor forma até que cor os carros do próximo ano devem ser⁶⁵.

Figuras políticas, do Presidente em diante, infelizmente dependem das pesquisas e dos institutos de pesquisa para determinar o que devem dizer e como devem agir; na última campanha eleitoral,

⁶⁴ As pesquisas citadas geralmente faziam perguntas que comparavam os gastos do programa espacial com os fundos necessários para o transporte de massa, novas moradias e programas semelhantes "pé no chão". A princípio, não havia dúvidas diretas sobre o apoio ao próprio programa espacial, ou mesmo ao pouso lunar; essas perguntas foram feitas mais tarde, depois que os resultados iniciais da pesquisa foram divulgados e depois que vários "cientistas" apareceram na mídia para afirmar que a exploração espacial não tripulada era o uso mais barato e mais eficaz dos fundos. Nunca ninguém foi informado sobre os vastos benefícios para a economia do país causados direta e indiretamente pelo programa Apollo

⁶⁵ O associado de Walter Lippmann na unidade de guerra psicológica britânica Wellington House durante a Primeira Guerra Mundial, o sobrinho de Sigmund Freud, Eduard Bernays, foi o primeiro a enfatizar o valor dos dados de pesquisa para determinar o gosto do público. Bernays é geralmente considerado o pai da publicidade da "Madison Avenue".

aproximadamente 15% das vastas somas de dinheiro gastas foram para os pesquisadores e seus analistas.⁶⁶

"As pesquisas provam que as pessoas são burras", disse Hal Becker, que chefiava o Futures Group, com sede em Connecticut, uma empresa especializada em pesquisas sofisticadas dos EUA e de outras populações nacionais.

"Se você quer que um americano acredite em alguma coisa, então tudo que você precisa é fazer uma pesquisa que diz que é assim (e acredite, isso é uma coisa fácil de fazer, se você souber como), e depois divulgue. Você pode dizer a alguém que a Lua é feita de queijo verde - se os números da pesquisa dizem que é assim, então o idiota que lê-los ou vê-los no tubo dos burros vai acreditar. Garantido."

Becker fez esses comentários em 1981. Eles continuam verdadeiros hoje. No entanto, não importa quantas pessoas acreditem que algo é verdade, isso não o torna verdade, mas apenas a opinião predominante. Ted Turner, o magnata da mídia agora ligado com a Time-Warner, acredita que o futuro da política dos EUA está na votação instantânea dos americanos, que ele chama de a forma definitiva de democracia participativa; novas formas interativas de cabo e a Internet, diz ele, tornarão tudo isso possível⁶⁷. Ele não está sozinho em tais crenças professadas; um estudo iniciado por Tavistock em 1991 sobre, entre outras coisas,

⁶⁶ Grande parte da pesquisa política é completa manipulação. Como alguns dos trabalhos de Dick Morris, vinculado a Roy Cohn, demonstraram, o objetivo é convencer os candidatos a gastar dinheiro com a mídia, com as propinas apropriadas para os pesquisadores.

⁶⁷ A parceira de Turner, a Warner Communications, fez uma experiência interativa em massa durante a década de 1980, usando seu sistema de cabo interativo, Qube, para fornecer referendos instantâneos para governos locais.

novas formas de governo mundial, chegou a uma conclusão semelhante⁶⁸.

Nossos Pais Fundadores, em sua infinita sabedoria, projetaram um governo republicano, baseado na busca da verdade e resistindo aos caprichos da "democracia de massa" mal informada ou manipulada. Já nos desencaminhamos muito no caminho trilhado pelos pesquisadores e seus apoiadores, como Turner – um caminho que leva direto ao fascismo.

⁶⁸ O estudo dirigido pela Case Western Reserve de 1989-91 sobre a democracia participativa em massa, propôs usar a tecnologia que se tornou a Internet, como um mecanismo para acabar com o estado-nação. Veja EIR, 24 de maio de 1996, "Projeto Imperial de Lavagem Cerebral de Tavistock".

O Cartel de Mídia que Controla o que Você Pensa

por L. Wolfe

The American Almanac, 5 de maio de 1997

Nos dias imediatamente anteriores e posteriores ao fim de semana da Páscoa, a bolsa de Nova York caiu cerca de 300 pontos no índice "Down Jones"; isso foi acompanhado por colapsos precipitados semelhantes nos mercados financeiros em todo o mundo. Tudo isso estava ocorrendo exatamente como o principal economista do mundo, Lyndon LaRouche, havia previsto: Esta não era uma "correção banal", o sistema financeiro mundial estava sofrendo um grande choque, em uma escala maior do que o crash de outubro de 1987.

LaRouche, ao fazer sua previsão meses antes, havia alertado que, embora os eventos de mercado no final de março-abril não fossem os "grandes" - o único evento que levaria a uma desintegração quase da noite para o dia do sistema financeiro mundial - foi um marco importante no caminho nessa direção. Mais importante ainda, o Sr. LaRouche havia indicado que agora não havia esperança de salvar o sistema existente, e que os mercados hiperinflados iriam desabar; não havia limite para o quanto os mercados poderiam cair. Apenas um tolo continuaria a ter fé na capacidade desses mercados em colapso para se recuperar e retomar a marcha ascendente de papéis e ações inflacionados.

Na tarde de 27 de março, quando Wall Street, apesar de seus "circuit breakers" entrarem em vigor, entrou em queda livre, houve relatos do início de vendas de pânico, do tipo que poderia produzir um desastre ainda maior.

O establishment anglo-americano então colocou em ação uma máquina de propaganda que teria despertado a inveja do ministro da propaganda nazista Josef Goebbels. Ele havia censurado completamente a previsão e os avisos de LaRouche, publicando, em vez disso, o mito do "grande mercado em alta". Agora, com o colapso do mercado, ele bombeou através de seus vários esgotos de mídia a "Grande Mentira" de que os mercados estavam passando por uma correção esperada e pré-descontada, causada em parte por um aumento há muito esperado do Federal Reserve nas taxas de juros; a economia estava "fundamentalmente sólida", e não havia razão para descartar ações, títulos e outros papéis.

Que tal notícia era conhecida como mentira por aqueles que a orquestravam, pode ser visto em reportagens na imprensa de Londres no mês passado, que indicavam o provável colapso de curto prazo do sistema financeiro.

Os americanos, cujas economias de uma vida inteira foram investidas maciçamente nos mercados por meio de fundos de pensão, fundos mútuos e outros "investimentos" indexados, agora foram enganados por uma mentira, destinada a reforçar seu apoio a não fazer uma possível tentativa de resgate dos papéis do sistema já em colapso, mantendo-os no mercado.

Cada uma das três principais redes de televisão, em seus noticiários noturnos amplamente assistidos, mostrou vários relatórios minuciosos sobre os eventos do mercado, apresentando comentaristas batendo firme na linha do "não entre em pânico"; o mesmo aconteceu com o "The News Hour" da televisão pública,

assim como os vários canais de notícias a cabo, seguidos pelos canais de televisão locais, em seus noticiários noturnos. Isso foi seguido por relatos quase uniformes dos eventos, lançados sob a luz editorial acima, na mídia impressa, muitas vezes citando os mesmos “especialistas” vistos tagarelando na televisão; esses relatórios filtravam-se através das linhas de esgoto da mídia para até mesmo pequenos meios de comunicação, rádio e televisão da cidades do interior, através dos serviços de notícias, como a Associated Press e a Reuters.

Quando os mercados abriram após o fim de semana da Páscoa, as ações continuaram em queda. Mas, os resultados da pesquisa mostraram que o cidadão médio decidiu ficar nos mercados – pelo menos por enquanto. A máquina “Big Lie” tinha feito seu trabalho

O cartel da mídia

O que é essa máquina de propaganda que, em magnitude, é mais poderosa e muito mais insidiosa do que qualquer outra concebida por Goebbels?

Um relatório recente de uma equipe de pesquisa da revista EIR mostrou que a mídia americana, que tem um alcance tão poderoso na vida cotidiana de nossos cidadãos, é dominada por um cartel composto por um punhado de poderosos conglomerados multimídia multinacionais. Esse cartel, por sua vez, é dominado e efetivamente controlado por empresas que são de propriedade direta dos britânicos ou são controladas por meio de bancos e outras conexões, por agentes de influência britânicos. Em outras palavras, um cartel controlado por uma potência estrangeira divulga nossas notícias, dizendo-nos o que quer que saibamos sobre determinado assunto. Como o relatório mostra, muitas vezes o que ele opta por não relatar é ainda mais significativo do que o

que é relatado, como tem sido o caso de relatórios incorretos contínuos sobre o colapso do sistema financeiro.

Tampouco se deve prestar muita atenção às várias disputas internas entre os magnatas da mídia, como a batalha em andamento entre Ted Turner, da Time-Warner-Turner, e Rupert Murdoch, da News Corporation-FOX-TV. Tal batalha pode significar bilhões para um ou outro combatente, dependendo do resultado, mas esse resultado deixará intacto o controle geral do cartel da mídia.

Alguns setores já estão descobrindo de como a informação está sendo manipulada. Por exemplo, no início deste ano, a Casa Branca divulgou um estudo que havia feito em 1995 sobre o que chamou com precisão de "cadeia alimentar da mídia" que estava circulando ataques obscenos ao presidente Clinton. Embora apontando corretamente para a origem britânica de alguns dos principais ataques, e depois descrevendo como eles circularam através de meios de comunicação "conservadores" ou "de direita", incluindo o Washington Times e o American Spectator, ele evitou lidar com o papel insidioso de jornais "liberais" como o Washington Post e o New York Times na mesma operação.

Da mesma forma, é comum ouvir conservadores protestar contra os males da mídia "liberal", evitando o papel da mídia "conservadora" na circulação e promoção de causas de traição.

Como o relatório da EIR demonstra, os rótulos "mídia liberal" ou "mídia de direita" são muito imprecisos e são frequentemente usados para inflamar as paixões daqueles a quem são direcionados. Dessa forma, tais rótulos ajudam a esconder a verdadeira natureza do problema: A mídia de "esquerda" ou "liberal", e suas contrapartes de "direita" ou "conservadora", são todas parte de uma operação única de lavagem cerebral

mediática, cujos elementos são projetados para dar a impressão de diferença, com o objetivo de enredar nas suas armadilhas o maior número dos nossos cidadãos enganados.

Mas mesmo aqueles cidadãos que se queixam de "manipulação da mídia", continuam a consumir a produção de mídia em quantidades recordes. Não é incomum que uma pessoa assine vários jornais e revistas, incluindo alguns da chamada "mídia alternativa", bem como quase cem canais a cabo. O Statistical Abstract of the United States de 1995, inclui gráficos (páginas 564 e 568), cujas informações publicamos nesta apresentação mostrando que o americano médio gasta mais de 1.600 horas por ano, seja assistindo televisão (rede ou cabo), ou lendo jornais e revistas. Isso se traduz em 66 dias inteiros - ou mais de um quarto de todas as horas de vigília - mais tempo do que é gasto no trabalho. E esses números não incluem o tempo gasto assistindo a vídeos alugados, ou em "navegar" na Internet.

Mas, em vez de nos aproximar da verdade, esse volume crescente de informações manipuladas e "fatos" produz um schwärmerei. Não há conhecimento real aqui, apenas confusão. Em última análise, essa confusão leva a uma passividade crescente e, com ela, à destruição da vontade de buscar a verdade.

Alguns anos atrás, um fabricante de fitas de áudio fez uma campanha publicitária inteligente, comparando a qualidade de uma performance gravada em sua fita e a performance ao vivo. "*É ao vivo ou é Memorex?*", perguntou o locutor, ressaltando que parecia não haver diferença. No entanto, no relato da história atual há uma diferença muito grande entre a realidade, entre os acontecimentos situados em seu próprio contexto histórico, e na "realidade virtual" criada pela reportagem da "notícia" pelo cartel midiático .

Refleta por um momento sobre a questão da existência do colapso econômico. Por que a maioria de nossos cidadãos aparentemente optou por ignorar a realidade e aceitar a "realidade virtual" de que a crise poderia ser gerenciada? Como aqueles que dirigem a "Big Lie Machine" entendem, as pessoas preferem se apegar a suposições que são reconfortantes, mesmo que falsas, do que descartar tais suposições e se aventurar no que é novo e desconhecido. A "realidade virtual" criada pela mídia diz aos cidadãos o que eles preferem ouvir – mesmo que sua preferência pela irrealidade acabe levando à destruição de nossa nação.

Assim, ao lidar com o cartel de mídia, deve-se reformular o desafio da "Memorex": o que está sendo relatado é real ou é "realidade virtual?" Na medida em que nossos cidadãos permanecem espectadores passivos de uma "realidade virtual" criada pelo cartel de mídia, a destruição de nossa nação está assegurada.

Veja também EIR - 'The Media Cartel That Controls What You Think,' – 17/02/1997

Como os britânicos usam a mídia para Guerra psicológica em massa

por L. Wolfe

The American Almanac, 5 de maio de 1997.

"Conheço o segredo de fazer o americano médio acreditar em qualquer coisa que eu queira. Apenas me deixe controlar a televisão... Você coloca algo na televisão e isso torna-se realidade. Se o mundo fora do aparelho de TV contradiz as imagens, as pessoas começam a tentar mudar o mundo para torná-lo como as imagens do aparelho de TV..."

Hal Becker, "especialista" em mídia e consultor de gestão, o Futures Group, em uma entrevista em 1981⁶⁹

Nos 15 anos desde o comentário de Becker, os americanos se tornaram ainda mais "conectados" a uma rede de mídia de massa que agora inclui computadores e videogames, bem como a Internet - uma rede abrangente cujo poder é tão difundido que é

⁶⁹ O Futures Group, um think-tank privado, foi uma das primeiras organizações a se especializar no uso de interfaces de computador em manipulações psicológicas de executivos corporativos e líderes políticos. Em 1981, foi pioneira no programa RAPID para o Departamento de Estado dos EUA, que usou gráficos controlados por computador para fazer lavagem cerebral selecionando líderes de setores em desenvolvimento para apoiar as condicionalidades do Fundo Monetário Internacional e programas de controle populacional. Também esteve envolvido em um extenso perfil da população dos EUA para grandes multinacionais

se tornou realidade. Como o comediante de standup disse: *"Somos realmente um povo consciente da mídia. Conheço um cara que foi atropelado por um carro na rua. Ele não queria ir para o hospital. Em vez disso, ele se arrastou até o bar mais próximo, para verificar se ele apareceu no noticiário da noite. Quando não estava passando, ele disse: 'O que um cara tem que fazer para aparecer na televisão? ser morto?'"*

Nos círculos mais altos da monarquia britânica e seu Clube das Ilhas, esse grande poder não é um produto acabado. Em vez disso, é cuidadosamente manipulado e dirigido, como Becker descreve de um ponto de vista limitado, para criar e moldar a opinião popular. Em um relatório de 1991 publicado pelo Clube Malthusian de Roma, intitulado "A Primeira Revolução Global", Sir Alexander King, principal conselheiro sobre ciência e política educacional da família real e do príncipe Philip, escreveu que os novos avanços na tecnologia das comunicações vão causar uma enorme expansão no poder da mídia. A mídia, ele proclamou, é a arma mais poderosa e o "agente de mudança" na luta para estabelecer uma ordem neo-malthusiana "de um único mundo", que transcenderá e obliterará o conceito de estado-nação.

"É certamente necessário engajar-se em um amplo debate com os jornalistas e os principais executivos envolvidos com os meios de comunicação para estudar as condições para que eles possam definir esse novo papel", escreveu King

Em seu projeto, o King's Club of Rome conta com a cooperação do cartel da mídia, que é um ativo britânico, conforme documentado em nosso relatório. Também pode recorrer às capacidades de uma máquina de guerra psicológica em massa, também dirigida pelos britânicos e seus recursos, que se estende a fases-chave da produção de mídia e inclui escritores e psiquiatras que ajudam a moldar o conteúdo e os pesquisadores que ajustam e analisar o

impacto nas populações-alvo. Além dessa rede de interação, existem milhões de participantes envolvidos na produção, distribuição e transmissão de mensagens midiáticas, cujo pensamento, por sua vez, foi moldado pelo conteúdo do produto de mídia, e que sofreram, efetivamente, lavagem cerebral pela cultura em que vivem.

A "Mãe" Tavistock

O centro histórico desse aparato de psywar⁷⁰ de massa está localizado fora de Londres, no Tavistock Center⁷¹. Estabelecida após a Primeira Guerra Mundial sob o patrocínio do Duque George de Kent (1902-42), a Clínica Tavistock original, liderada por John Rawlings Rees, foi desenvolvida como o centro de guerra psicológica para a família real e a inteligência britânica. Rees e um grupo de psiquiatras freudianos e neofreudianos aplicaram a experiência do colapso psicológico durante a guerra para criar teorias sobre como tais condições de colapso poderiam ser induzidas, sem o terror da guerra. O resultado foi uma teoria de lavagem cerebral em massa, envolvendo experiência grupal, que poderia ser usada para alterar os valores dos indivíduos e, por meio disso, induzir, ao longo do tempo, mudanças nos pressupostos axiomáticos que regem a sociedade.

Na década de 1930, as redes estendidas de Tavistock desenvolveram uma relação simbiótica com o Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt, criado pelas redes oligárquicas europeias, que

⁷⁰ Guerra psicológica (NT)

⁷¹ O movimento LaRouche realizou um estudo inovador na rede Tavistock em 1973-74 e publicou os resultados de suas investigações na revista Campaigner (edições de inverno de 1973, primavera de 1974). Trabalho adicional foi publicado no EIR, mais recentemente na edição de 24 de maio de 1996, um Relatório Especial intitulado "O Sol Nunca Se põe no Império Britânico".

se concentrava no estudo e na crítica da cultura a partir de uma perspectiva neofreudiana. No final da década de 1930, com suas operações transferidas da Alemanha para a área de Nova York, a Escola de Frankfurt coordenou a primeira análise do impacto de um fenômeno de mídia de massa, ou seja, o rádio, na cultura - o "Radio Research Project", baseado em Princeton.⁷²."

Com a eclosão da Segunda Guerra Mundial, os agentes de Tavistock assumiram o controle efetivo da Diretoria de Guerra Psicológica do Exército Britânico, enquanto sua rede aliada nos Estados Unidos se incorporou ao aparato americano de guerra psicológica, incluindo o Comitê de Moral Nacional e o Bombardeio Estratégico.

No final da guerra, a influência combinada de Tavistock (que se tornou o Instituto Tavistock em 1947) e dos ex-agentes da Escola de Frankfurt criou um quadro de vários milhares de "tropas de choque psicológico", como Rees as chamava, e "guerreiros culturais". Hoje, essa rede chega a vários milhões de pessoas em todo o mundo sendo o fator mais importante na determinação do design e do conteúdo do produto de mídia de massa.

As "imagens na sua cabeça"

Em 1922, Walter Lippmann definiu o termo "opinião pública" da seguinte forma:

"As imagens dentro da cabeça dos seres humanos, as imagens de si mesmos, dos outros, de suas necessidades,

⁷² Para um relatório abrangente sobre a Escola de Frankfurt e sua rede, incluindo seu papel na formação de políticas de mídia de massa e guerra cultural, veja Michael Minnicino, "The New Dark Age: The Frankfurt School e 'Political Correctness'", Fidelio, Inverno de 1992.

propósitos e relacionamento, são suas opiniões públicas. Aquelas imagens que são postas em prática por grupos de pessoas, ou por indivíduos agindo em nome de grupos, são Opinião Pública, com letras maiúsculas."

Lippmann, que foi o primeiro a traduzir as obras de Sigmund Freud para o inglês, se tornaria um dos mais influentes analistas políticos⁷³. Ele passou a Primeira Guerra Mundial no quartel-general britânico de guerra psicológica e propaganda em Wellington House, nos arredores de Londres, em um grupo que incluía o sobrinho de Freud, Eduard Bernays.⁷⁴ O livro de Lippmann, *Public Opinion*, publicado um ano depois do *Mass Psychology* de Freud, que abordou temas semelhantes, foi produto de sua tutela pelas redes de Rees. É através da mídia, escreve Lippmann, que a maioria das pessoas desenvolve essas "imagens em suas cabeças", dando à mídia "um poder incrível".

As redes de Rees passaram a Primeira Guerra Mundial estudando os efeitos da psicose de guerra e seu colapso da personalidade individual. A partir de seu trabalho, surgiu uma tese maligna: através do uso do terror, o homem pode ser reduzido a um estado infantil e submisso, em que seus poderes de razão são obscurecidos e em que sua resposta emocional a várias situações e estímulos pode se tornar previsível, ou em termos tavistockianos, "ter o perfil traçado". Controlando os níveis de ansiedade, é possível induzir um estado semelhante em grandes

⁷³ Lippmann, que migrou das redes socialistas fabianas para os círculos de Thomas Dewey e dos Irmãos Dulles, tornou-se o porta-voz de uma facção imperialista americana que era controlada pelos britânicos, e desdobrou-se contra a visão política anti-imperial do presidente Franklin D. Roosevelt. Ver Lyndon LaRouche, *O Caso de Walter Lippmann* (Nova York: Campaigner Publications Inc., 1977).

⁷⁴ Bernays é importante por si só, como a pessoa que criou a publicidade da "Madison Ave.", baseada nos truques da manipulação psicológica freudiana.

grupos de pessoas, cujo comportamento pode então ser controlado e manipulado pelas forças oligárquicas para quem Tavistock trabalhou⁷⁵.

Os meios de comunicação de massa foram capazes de atingir um grande número de pessoas com mensagens programadas ou controladas, o que é fundamental para a criação de "ambientes controlados" para fins de lavagem cerebral. Como as pesquisas de Tavistock mostraram, era importante que as vítimas de lavagem cerebral em massa não estivessem cientes de que seu ambiente estava sendo controlado; deve haver, portanto, um grande número de fontes de informação, cujas mensagens podem variar ligeiramente, de modo a mascarar a sensação de controle externo. Sempre que possível, as mensagens devem ser oferecidas e reforçadas por meio de "entretenimentos", que podem ser consumidos, sem coerção aparente, e com a vítima percebendo que está fazendo uma escolha entre várias opções e saídas.

Lippmann observa em seu livro que as pessoas estão mais do que dispostas a reduzir problemas complexos a fórmulas simplistas, a formar sua opinião pelo que acreditam que os outros ao seu redor acreditam; a verdade dificilmente entra em tais considerações. O aparecimento de reportagens na mídia confere a aura de realidade a essas histórias: se não fossem verdade, por que seriam relatadas? Lippmann diz que a pessoa média acredita nisso. Pessoas cuja fama é, por sua vez, construída pela mídia, como

⁷⁵ Toda a psicologia de Tavistock (assim como a psicologia freudiana) procede da imagem do homem como uma besta sensorial. Rejeita explicitamente, com grande malícia, a visão judaico-cristã do homem como criado à imagem de Deus, significando que o homem, e somente o homem, é dotado de criatividade por seu Criador. Tavistock, que afirma que toda criatividade deriva unicamente de impulsos neuróticos ou eróticos sublimados, vê a mente humana meramente como uma lousa na qual ela pode desenhar e redesenhar suas "imagens".

estrelas de cinema, podem se tornar "líderes de opinião", com tanto poder para influenciar a opinião pública quanto o de figuras políticas.

Se as pessoas pensarem muito sobre esse processo, ele pode desmoronar; mas, escreve ele,

"a massa de analfabetos absolutos, de mentes débeis, grosseiramente neuróticas, desnutridas e indivíduos frustrados é imensa, pode-se supor até, muito mais considerável do que geralmente supomos. Assim, um amplo apelo popular circula entre pessoas que são mentalmente crianças ou bárbaros, cujas vidas são um emaranhado de confusões, pessoas cuja vitalidade está esgotada, pessoas fechadas e pessoas cuja experiência não o levou a compreender nenhum fator no problema em discussão."

Afirmando que viu uma progressão para formas de mídia cada vez menos instigantes, Lippmann se maravilha com o poder da nascente indústria cinematográfica de Hollywood para moldar a opinião pública. Palavras, ou mesmo uma imagem estática, exigem um esforço para a pessoa formar uma "imagem na mente". Mas, com um filme,

"todo o processo de observar, descrever, relatar e então imaginar foi realizado para você. Sem mais problemas do que o necessário para ficar acordado, o resultado que sua imaginação está sempre buscando é desenrolado na tela."

Significativamente, como exemplo do poder dos filmes, ele usa o filme de propaganda de D.W. Griffith para a Ku Klux Klan, "O Nascimento de uma Nação"; nenhum americano, escreve ele,

jamais ouvirá o nome da Klan novamente, "sem ver aqueles cavaleiros brancos".

A opinião popular, observa Lippmann, é, em última análise, determinada pelos desejos e vontades de um "conjunto social" de elite. Esse conjunto, afirma ele, é um

"Poderoso, socialmente superior, bem-sucedido e rico conjunto social urbano sendo fundamentalmente internacional em todo o Hemisfério Ocidental e, em muitos aspectos, Londres é seu centro. Conta entre seus membros as pessoas mais influentes do mundo, contendo os conjuntos diplomáticos, as altas finanças, os altos círculos do exército e da marinha, alguns príncipes da igreja, os grandes proprietários de jornais, suas esposas, mães e filhas que empunham o cetro do convite. É ao mesmo tempo um grande círculo de conversa e um verdadeiro conjunto social."

De maneira tipicamente elitista, Lippmann conclui que a coordenação da opinião pública carece de precisão. Se o objetivo de uma "Grande Sociedade" globalista deve ser realizado, então "a opinião pública deve ser organizada para a imprensa, não pela imprensa". Não é suficiente confiar nos caprichos de um "conjunto supersocial" para manipular as "imagens na cabeça das pessoas"; esse trabalho "só pode ser administrado por uma classe especializada" que opera através de "departamentos de inteligência."⁷⁶

⁷⁶ Isso é semelhante à noção, apresentada por Rees em seu livro *The Shaping of Psychiatry by War*, da criação de um grupo de elite de psiquiatras que, em nome da oligarquia dominante, garantirá a "saúde mental" do mundo.

O "Projeto de Pesquisa de Rádio"

Enquanto Lippmann escrevia, o rádio, a primeira grande tecnologia de mídia de massa a invadir o lar, estava ganhando destaque. Ao contrário dos filmes, que eram vistos nos cinemas por grandes grupos de pessoas, o rádio proporcionava uma experiência individualizada dentro de casa e centrada na família. Em 1937, de 32 milhões de famílias americanas, cerca de 27,5 milhões tinham um aparelho de rádio – uma porcentagem maior do que carros, telefones ou mesmo eletricidade.

Nesse mesmo ano, a Fundação Rockefeller financiou um projeto para estudar os efeitos do rádio na população.⁷⁷ Foram recrutados para o que ficou conhecido como "Radio Research Project", sediado na Universidade de Princeton, com seções da Escola de Frankfurt, agora transplantadas da Alemanha para a América, bem como indivíduos como Hadley Cantril e Gordon Allport, que se tornariam componentes-chave das operações americanas de Tavistock. À frente do projeto estava Paul Lazerfeld, da Escola de Frankfurt; seus diretores assistentes eram Cantril e Allport, junto com Frank Stanton, que iria chefiar a divisão da CBS News, e mais tarde se tornaria seu presidente, bem como presidente do conselho da RAND Corporation.

O projeto foi prefaciado pelo trabalho teórico feito anteriormente nos estudos de propaganda de guerra e psicose, e o trabalho dos agentes da Escola de Frankfurt Walter Benjamin e Theodor Adorno. Esse trabalho anterior convergiu para a tese de que a mídia de massa poderia ser usada para induzir estados mentais

⁷⁷ Os nazistas já haviam usado amplamente a propaganda de rádio para lavagem cerebral, como elemento integrante do estado fascista. Isso foi observado e estudado pelas redes de Tavistock.

regressivos, desintegrando indivíduos e produzindo maior instabilidade. (Essas condições mentais induzidas foram posteriormente apelidadas pelo próprio Tavistock como estados de "lavados cerebrais", e o processo de induzi-los chamado de "lavagem cerebral".)

Em 1938, na época em que era chefe da seção de música do Radio Research Project, Adorno escreveu que os ouvintes de programas de música de rádio:

"flutuam entre o esquecimento abrangente e mergulhos repentinos no reconhecimento. Eles ouvem em fragmentos e dissociam o que ouvem... Eles não são infantis, mas tem infantilidade; seu primitivismo não é o do subdesenvolvido, mas o do retardado forçado."

As descobertas do Radio Research Project, publicadas em 1939, respaldaram a tese de Adorno do "retardo forçado" e servem como um manual para lavadores de cérebro.

Em estudos sobre os seriados radiofônicos, comumente conhecidos como "novelas"⁷⁸ Herta Hertzog encontrou que sua popularidade não poderia ser atribuída a nenhuma característica socioeconômica dos ouvintes, mas sim ao próprio formato serializado, que induzia a escuta habitual. O poder de lavagem cerebral da serialização foi reconhecido por programadores de cinema e televisão; até hoje, as novelas da tarde continuam entre as mais viciantes da televisão, com 70% de todas as mulheres americanas com mais de 18 anos assistindo a, pelo menos, dois desses programas por dia.

⁷⁸ Nos Estados Unidos conhecidas como "soap operas"- assim chamados, porque muitos eram patrocinados por fabricantes de sabonetes (NT)

Outro estudo do Radio Research Project investigou os efeitos da dramatização de rádio de Orson Welles de 1938 da "A Guerra dos Mundos", de H.G. Wells, sobre uma invasão da Terra por Marte. Cerca de 25% dos ouvintes do programa, que foi formatado como se fosse um noticiário, acreditavam que uma invasão estava em andamento, gerando um pânico nacional – isso apesar das repetidas e claras declarações de que o programa era fictício.

Os pesquisadores do Radio Project descobriram que a maioria das pessoas não acreditava que os marcianos haviam invadido, mas sim que uma invasão alemã estava em andamento. Isso, segundo os pesquisadores, ocorreu porque o programa seguiu o formato "Boletim de notícias" que anteriormente acompanhava os relatos da crise da guerra em torno da conferência de Munique. Os ouvintes reagiram ao formato, não ao conteúdo da transmissão.

Os pesquisadores do projeto provaram que o rádio já havia condicionado tanto a mente de seus ouvintes, tornando-os tão fragmentados e irrefletidos, que a repetição do formato era a chave para a popularidade.⁷⁹

A "Babá Caolha"

A televisão estava estreado como a próxima tecnologia de mídia de massa na época em que as descobertas do Radio Research Project foram publicadas em 1939. Primeiramente experimentada em larga escala na Alemanha nazista durante as Olimpíadas de Berlim em 1936, a TV fez sua aparição pública na Feira Mundial de

⁷⁹ É importante notar que não há nada inerentemente mau com o rádio, a televisão ou qualquer forma de tecnologia. O que os torna perigosos é o controle de seu uso e conteúdo pelas redes do Clube das Ilhas para fins nocivos, para criar ouvintes e espectadores habituados e até viciados, cujas capacidades críticas serão seriamente prejudicadas.

Nova York em 1939, onde atraiu grandes multidões. Adorno e outros imediatamente reconheceram seu potencial como ferramenta de lavagem cerebral em massa. Em 1944, ele escreveu:

"A televisão visa a síntese do rádio e do cinema... mas suas consequências são enormes e prometem intensificar tão drasticamente o empobrecimento da matéria estética, que, amanhã, a identidade velada de todos os produtos da cultura industrial pode ser triunfantemente descoberta, cumprindo ironicamente o sonho wagneriano de Gesamtkunstwerk – a fusão de todas as artes em uma obra. "

Como era óbvio, desde os primeiros estudos clínicos da televisão (alguns dos quais foram conduzidos no final da década de 1940 e início da década de 1950 por agentes de Tavistock), os espectadores, em um período de tempo relativamente curto, entraram em um estado de semiconsciência semelhante ao transe, caracterizado por um olhar fixo. Quanto mais assistia, mais fixado se tornava o olhar. Em tal condição de semiconsciência crepuscular, eles eram suscetíveis às mensagens contidas tanto nos próprios programas, quanto por transferência, na publicidade. Eles estavam sofrendo lavagem cerebral⁸⁰.

A televisão deixou de ser uma curiosidade de bairro para a penetração em massa de áreas especialmente urbanas, durante aproximadamente 1947-52. Como Lyndon LaRouche observou, isso coincidiu com um período crítico na vida psicológica da nação.

⁸⁰ Para uma discussão mais abrangente sobre a televisão, sua programação e sua lavagem cerebral da população americana, veja a série de 16 partes "Turn Off Your Television", deste autor no *New Federalist*, 1990-93. Está disponível em reimpressão de EIR.

Os sonhos de milhões de veteranos da Segunda Guerra Mundial e suas grandes esperanças de construir um mundo melhor caíram por terra na liderança moralmente corrupta do governo Truman e na conseqüente depressão econômica. Esses veteranos se retiraram para a vida familiar, seus empregos, suas casas, suas salas de estar. E, no centro daquelas salas de estar, estava seu novo aparelho de televisão, cujas imagens banais davam garantia de que as corruptas escolhas morais que haviam feito estavam corretas.

A programação mais antiga recorreu aos modelos de rádio testados, conforme descrito no Radio Research Project: a comédia de situação, ou "sitcom", os game shows, os programas de variedades, esportes e as "novelas". Muitos estavam em forma de série, com personagens interligados, se não histórias. Todos eram banais, deliberadamente concebidos assim.

Os filhos desses infelizes veteranos, os chamados baby boomers, tornaram-se a primeira geração a ser desmamada no que LaRouche chama de "a babá de um só olho". Assistir à televisão era incentivado pelos pais, muitas vezes como um meio de controlar as crianças, que ficavam olhando para o que quer que estivesse na tela por horas a fio.

O conteúdo dos primeiros programas infantis era banal (mas não mais que a programação da televisão em geral) e mentalmente destrutivo; ainda mais destrutiva foi a substituição da interação familiar real pela televisão, já que a mesa de jantar foi substituída pelo "jantar de TV" na frente do tubo. Não surpreendentemente, as crianças se fixaram obsessivamente nos itens anunciados pela

mídia, exigindo que recebessem tais itens, para que não fossem diferentes de seus amigos.⁸¹

Em meados da década de 1970, Eric Trist, que, até sua morte em 1993, chefiou as operações da Tavistock nos Estados Unidos e o principal "especialista" da mídia de Tavistock, Fred Emery, relatou suas descobertas sobre o impacto de 20 anos de televisão na sociedade americana. No trabalho de Emery de 1975, *Futures We Are In*, eles relataram que o conteúdo da programação não era mais tão importante quanto a quantidade de visualização de televisão.

O tempo médio diário de visualização aumentou de forma constante ao longo das duas décadas desde a introdução do meio, de modo que, em meados da década de 1970, ele era classificado como uma atividade diária apenas atrás do sono e do trabalho, com quase seis horas por dia (desde então, aumentou ainda mais, para mais de sete horas, com a adição de videogames, vídeos caseiros e assim por diante); entre as crianças em idade escolar, o tempo gasto assistindo televisão ficou logo atrás da frequência escolar. Essas descobertas, indicou Tavistock, sugeriam fortemente que a televisão era como uma droga viciante. Da mesma forma, Emery relatou estudos neurológicos que, segundo ele, mostraram que assistir televisão repetidamente "desliga o sistema nervoso central do homem".

Se essa afirmação se sustenta sob escrutínio científico, Emery e Trist apresentam um argumento persuasivo de que a exibição geral e extensa de televisão reduz a capacidade de pensamento

⁸¹ Uma das especialidades de Tavistock é o estudo da manipulação psicológica de crianças e o impacto da publicidade nas mentes dos jovens. Essa publicidade é cuidadosamente elaborada para obrigar as crianças a desejar o produto anunciado

conceitual sobre o que está sendo apresentado na tela. Os estudos mostram que a mera presença de imagens na televisão, especialmente no formato de notícias ou documentários apropriados, mas também na visualização geral, tende a "validar" essas imagens e imbuí-las com um senso de "realidade".

Trist e Emery não encontram nada de errado com tais desenvolvimentos, que indicam que a televisão está produzindo uma geração com morte cerebral. Em vez disso, eles mostram como esse desenvolvimento se encaixa em um maior plano global de controle social, implementado pela Tavistock e suas redes aliadas em nome de seus patrocinadores.

A sociedade, eles afirmam em "A Choice of Futures", um livro publicado no mesmo período, tem mergulhado em estados progressivamente diminuídos de consciência mental, a um ponto em que não se pode alcançar mesmo o estado fascista orwelliano. Neste ponto, graças à televisão e outros meios de comunicação de massa, a humanidade está em um estado de dissociação, cujo resultado político se manifestará em uma sociedade "Laranja Mecânica", batizada com o nome do livro do falecido Anthony Burgess, em que gangues de jovens errantes habitualmente cometem atos de violência aleatória, e então voltam para casa para assistir as notícias no "tubo" sobre o que eles fizeram.

Os lavadores de cérebro apontam que esse desenvolvimento, para o qual eles dizem que a violência da Irlanda do Norte é um modelo, não foi induzido apenas pelos efeitos da televisão. A sociedade foi submetida à "turbulência social" em uma série de choques econômicos e políticos, que incluíram a guerra no Vietnã, os choques do preço do petróleo e o assassinato de líderes políticos. O impacto psicológico desses eventos, cuja responsabilidade eles relutam em atribuir adequadamente ao establishment anglo-americano, foi ampliado ao serem trazidos

para dentro das casas, em detalhes sangrentos e aterrorizantes, pelos noticiários da televisão. Sob o cenário Trist-Emery, pode-se imaginar ouvir o slogan para um futuro programa de notícias tardias: "O fim do mundo. Detalhes às 11."

Consolidando o Paradigma

Em uma antologia de 1991 dos trabalhos de Tavistock que ele editou, Trist escreveu que todos os "nós" ou centros internacionais do aparato de lavagem cerebral do instituto foram implantados com o propósito central de consolidar a mudança de paradigma para uma "pós ordem industrial mundial." Seu objetivo, afirmou, era tornar a mudança irreversível. Neste trabalho, e em outros locais, Trist, como Alexander King, incita uma campanha "reeducacional" em massa para quebrar os últimos vestígios de resistência nacional a essa nova ordem mundial, especialmente dentro dos Estados Unidos.

Aproximadamente dez anos antes, outro dos asseclas de Tavistock, Bertram Gross, em um artigo entregue em uma conferência da "World Future Society" em 1981, com a presença de Al Gore, forneceu um vislumbre de como essa "nova ordem mundial" poderia ser. Gross argumentou que, no período à frente, seria oferecido ao mundo o que Tavistock gosta de chamar de "escolha crítica" - um conjunto de opções, todas as quais parecem ruins, mas, por causa do terror aplicado e da pressão dos eventos, uma escolha é forçada e a opção "menos ruim" é tomada.

A sociedade industrial ocidental cairá no caos; esse caos pode, disse ele, levar a um fascismo do tipo autoritário que os britânicos ajudaram a instalar na Alemanha nazista, ou a uma forma de fascismo mais humana e benevolente, que Gross chamou de "fascismo amigável". A escolha, Gross proclamou, é tentar voltar

ao velho paradigma industrial, sob o qual haverá o nazi-fascismo; ou, para abraçar o pós-industrialismo, onde haverá um "fascismo amigável". Este último, disse ele, é claramente preferível, uma vez que é meramente uma transição para uma nova "ordem mundial da informação global", que envolverá mais escolha e liberdade pessoais, uma verdadeira democracia de massa aberta e participativa.

Para Gross, a escolha é clara: em qualquer caso, haverá dor e sofrimento; mas apenas o "fascismo amigável" da ordem global da informação, de uma sociedade conectada por televisão a cabo, satélites e linhas de computador, oferece esperança para um "futuro" melhor.

Quem deve administrar esta ordem mundial "amigável fascista"? Gross explicou que agora existe realmente uma "Internacional Dourada", um termo que ele creditou ao falecido líder da Internacional Comunista (Comintern), Nikolai Bukharin. É uma elite internacional esclarecida, baseada na poderosa oligarquia centrada na Europa que controla a indústria multinacional global de comunicações, bem como outros recursos críticos e finanças globais.

Essa elite deve ser instruída e informada pela inteligência das redes de Tavistock; que mostrarão a ela que as grandes massas de zumbis mentais viciados na televisão podem ser conquistadas facilmente para este admirável mundo novo, por meio de incentivos de entretenimento e o suprimento infinito de "informação". Uma vez que as massas sejam conquistadas, através da "educação", então a resistência dentro dos setores nacionais entrará em colapso.

Em 1989, sob a iniciativa de Trist, Tavistock convocou um seminário na Case Western Reserve University para discutir os

meios para criar um fascismo internacional "sem estado" – uma nova ordem mundial de informação global. Em 1991, Tavistock dedicou sua revista, *Human Relations*, à publicação dos trabalhos daquela conferência. Em vários dos jornais, saiu o chamado para a implantação desse projeto nos meios de comunicação de massa.

Além disso, desde 1981, havia agora uma nova tecnologia à disposição dos lavadores de cérebro - a Internet. De acordo com Harold Perlmutter, um dos participantes do seminário Case Western, a Internet representou um meio subversivo para penetrar as fronteiras nacionais com "informações" sobre essa nova ordem mundial; também serve como cola para uma rede de organizações não-governamentais, todas circulando como propaganda da nova ordem mundial. Essas ONGs devem ser a superestrutura sobre a qual a nova ordem mundial deve ser construída.

Perlmutter e outros participantes da conferência argumentaram que seu movimento não pode ser derrotado, porque ele não existe, em um sentido formal. Ela reside nas mentes de seus conspiradores, mentes amestradas pela máquina de lavagem cerebral da mídia de massa de Tavistock. Tavistock se gaba: Assim como a televisão foi a droga da informação durante a última metade deste milênio, a Internet, com seu excesso de conversas e "informação" inúteis, com suas mensagens subversivas e programadas, deve ser a nova "droga" do próximo milênio.⁸²

"Os americanos realmente não pensam - eles têm opiniões, sentimentos", disse Hal Becker, do Futures Group, em uma

⁸² Houve um investimento maciço na infraestrutura da Internet, desproporcional ao retorno disponível de curto prazo, ou mesmo de médio prazo. Isso leva a especular que tal investimento é de fato um "líder de perdas", para os impactos psicológicos pretendidos da nova tecnologia.

entrevista de 1981. *“A televisão cria opinião, depois a valida. Eles sofrem lavagem cerebral pelo tubo? É realmente mais do que isso. Acho que as pessoas perderam a capacidade de relacionar as imagens de suas próprias vidas sem a intervenção da televisão. Isso é realmente o que significa quando dizemos que temos uma sociedade conectada. Estamos caminhando para uma sociedade orwelliana, mas Orwell cometeu um erro em 1984. O Grande Irmão não precisa observá-lo, contanto que você o observe. E quem pode dizer que isso é realmente tão ruim?”*

A mosca na sopa

Mas, mesmo dentro dos círculos elitistas das redes internacionais de Tavistock, há um leve vislumbre de que algo pode estar seriamente errado em seu plano. Foi expresso por um autor citado por Emery em 1973, que se perguntou em voz alta o que poderia acontecer quando a geração baby-boomer viciada em televisão assume totalmente as rédeas da liderança. Nós realmente os preparamos para liderar? Eles podem pensar e resolver problemas? Emery descarta o problema, indicando que ainda há tempo suficiente para treinar esses quadros de liderança.

Mas as perguntas permanecem. Em 1981, no evento da “World Future Society”, no qual Gross fez seu hino à “ordem global da informação”, Tony Lentz, professor assistente de discurso na Universidade Estadual da Pensilvânia, observou que havia testemunhado a destruição das habilidades orais e escritas, pelos meios de comunicação de massa e televisão; não só a maioria dos alunos não conseguia escrever de forma coerente, como também não conseguia falar de forma inteligente. Isso não era meramente uma função de deseducação, ele afirmou em seu artigo, “A mídia é loucura”, mas também porque eles não tinham desejo de pensar. Argumentando que Platão afirma que nosso conhecimento

do mundo deve ser baseado em conhecer a mente de alguém que sabe algo sobre ele, Lentz disse que a televisão deixou as pessoas com a ideia de que meras imagens representam o conhecimento. Não há questionamento, nenhum esforço para entrar na mente de alguém, apenas diálogo e imagem, som e fúria, que certamente não significam nada.⁸³

"Permitir-nos ser influenciados pelas sutis, mas poderosas ilusões apresentadas pela televisão", escreveu Lentz, "leva a uma espécie de loucura em massa que pode ter implicações bastante assustadoras para o futuro da nação... Começaremos a ver coisas que não existem, dando a outra pessoa o poder de inventar ilusões para nós. A perspectiva é assustadora e, dada a nossa herança cultural, deveríamos procurar conhecer mais tal assunto."



⁸³ Embora tais expressões sejam um eco do pensamento platônico, elas são apenas isso – um eco. Para uma melhor compreensão do problema da educação, ver Lyndon LaRouche, ``On the Subject of Metaphor, Fidelio, Fall 1992